

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه با تعدیل گری شناخت فرصت ها و شایستگی عملیاتی

مهرزاد عبدالله زاده^۱، سورنا عبدالله زاده^۲، عزالدین مهربان^۳، مینویوسفی^۴

۱. دکتری مدیریت دولتی. دانشگاه آزاد اسلامی. واحد رشت.

۲. کارشناسی ارشد. مدیریت صنعتی. دانشگاه گیلان. رشت.

۳. کارشناسی ارشد. مدیریت بازرگانی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.

۴. دکتری مدیریت دولتی. دانشگاه پیام نور فومن.

مهرزاد عبدالله زاده (نویسنده مسئول)

چکیده

هدف از انجام پژوهش، سنجش نقش تعدیل گر شناخت فرصت ها و شایستگی عملیاتی در رابطه سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه بود. پژوهش کاربردی و از نوع تو صیفی می با شد. جامعه آماری پژوهش، شامل شرکت های فعال در منطقه آزاد انزلی ه ستند که به روش در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار آماری Smart PLS3 استفاده شد. یافته های پژوهش نشان داد که شناخت فرصت ها و شایستگی عملیاتی در رابطه سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه نقش تعدیل گر دارد. براین اساس می توان با ارتقای شناخت فرصت ها و شایستگی عملیاتی به همراه سرمایه اجتماعی منجر به ارتقای عملکرد کارآفرینانه می گردد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی - عملکرد کارآفرینانه - شناخت فرصت ها - شایستگی عملیاتی.

مقدمه

با پیشرفت روزافزون دانش و فناوری و جریان گسترده اطلاعات، امروزه جامعه‌ی ما نیازمند پرورش انسانهایی است که بتوانند با روشی خلاقانه با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. با این رویکرد نیاز به آموزش، تقویت خلاقیت و ایجاد افکار نو برای رسیدن به جامعه ای شکوفا از اهمیت خاصی برخوردار است. امروزه کارآفرینی به یکی از مشخصه های اصلی تمایز بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تبدیل شده است (فاروق و همکاران^۱، ۲۰۱۹). بنابراین کارآفرین عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان های امروزی است، به گونه ای که در

بیشتر کشورهای توسعه یافته، سازمان‌ها در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی اند. کارآفرینی سازمانی، برای بقا، رشد، سودآوری و نوسازی در سازمانها بسیار حیاتی است (لیو و همکاران، ۲۰۲۱).

از سوی دیگر، با توجه به تغییر و تحولات عصر حاضر و ورود سازمان‌ها به اقتصاد "دانش محور"، نیروی انسانی نسبت به سایر منابع سازمان از اهمیت و اولویت خاصی برخوردار شده است (لی و همکاران، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، در طول چند دهه اخیر موضوعات تحول، نوآوری و کارآفرینی توجه زیادی را در سازمان‌های دولتی و خصوصی به خود جلب کرده است. امروزه محققان، کارآفرینی را به عنوان فرایندی توصیف می‌کنند که در شرایط و فضاهای متعدد شکل می‌گیرد و نباید به تنهایی از زاویه مدد‌رسانی اقتصادی به آن نگریست. به سخن دیگر، امروزه اصطلاح کارآفرینی در مباحث بخش دولتی وارد شده که به طور عمده ناشی از اهمیت نقش دولت در جوامع و تلاش برای ایجاد تحول در سازمان‌های دولتی و بهبود عملکرد آنها بوده است (فانگ و همکاران، ۲۰۱۷). به دلیل ضرورت‌ها و دشواری‌های کارآفرینی در محیط‌های متنوع فرهنگی، کارآفرینان باید توانایی‌هایی داشته باشند تا آنها را در درک درست پیچیدگی‌های شناختی، رفتاری و ارزشی دیگران کمک کند. این امر به ویژه در سازمان‌های غیرانتفاعی که به دلیل اتکا نداشتن به بخش دولتی، برای بقا به توانمندی‌های کارکنان و حامیان خود متکی هستند و باید سازوکارهای خلاقانه‌ای برای حفظ و تداوم بقای خود در محیط‌های پویا داشته باشند، اهمیت دارد.

کارآفرینان معتقدند اداره کردن محیط ناسازگار در اقتصاد در حال گذر، از طریق شبکه‌های ارتباطات فردی امکان پذیر است. زیرا اتصال به شبکه‌ها، دسترسی به منابع و اطلاعات را فراهم می‌کند و علاوه بر این، به یافتن مشتریان، عرضه کنندگان و سرمایه‌گذاران نیز کمک می‌کند. مبانی نظری کارآفرینی، اهمیت سرمایه اجتماعی را در درک اینکه چگونه سازمان‌ها، شبکه‌ها را خلق و آنها را مدیریت می‌کنند، روشن می‌کند. کارآفرینی فرایندی اجتماعی-اقتصادی است که از دو طریق به شرایط و بافت اجتماعی متکی است (ژی و همکاران، ۲۰۲۱) اول اینکه کارآفرینان مسئول محیط اجتماعی خود هستند و دوم این که کارآفرینی فعالیتی اجتماعی است و در نتیجه بود یا نبود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار تاثیر می‌گذارد. از این رو، می‌توان اذعان کرد سرمایه اجتماعی نقش مهمی در عملکرد کارآفرینانه دارد.

گرین (۲۰۰۱)، سرمایه اجتماعی را طیف کاملی از نهادها، اعمال، ابزارها و رفتار یادگرفته شده تعریف می‌کند که گروه‌ها و افراد را قادر می‌کند فضاهای فیزیکی را بهره‌ور و فضاهای فرهنگی و اجتماعی را مساعد کنند. همه فعالیت‌های کارآفرینی برای شروع حداقل دو سرمایه نیاز دارد: سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی؛ برای افزایش بهره‌وری نیازمند سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی است (صفا منش و همکاران، ۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده، چندوجهی و بین رشته‌ای است که علیرغم تازگی و پیچیدگی، توجه بسیاری از صاحب نظران حوزه‌های یادشده را به خود جلب کرده و توانسته است از ابهامات و کاستی‌های نظری بحث‌های اقتصادی-اجتماعی تا حد زیادی بکاهد. طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، نشان‌دهنده اهمیت نقش روابط اجتماعی در متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. امروزه سرمایه اجتماعی، نقش بسیار مهم‌تر از سرمایه‌های فیزیکی و انسانی در جوامع و سازمان‌ها ایفاء می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی، انسجام‌بخش میان انسانها و سازمان‌هاست (لورنز و همکاران، ۲۰۱۸).

2 . Lio et al

3 . Lee et al

4 . Fang et al

5 . Xie et al

6 . Grin

7 . Lorenz et al

با توجه به اهمیت اشتغال در کشور و نقش کسب و کارهای کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال نباید از کارآفرینی در این شرکت ها غافل شد. در این میان، تعاملات اجتماعی و عوامل تسهیل کننده آنها یعنی سرمایه اجتماعی می تواند به عنوان یکی از مهمترین پیشران های کارآفرینی، نقش اساسی در ایجاد اشتغال ایفا کند.

مولفه دیگری که در تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفته است، شایستگی عملیاتی می باشد. با در نظر داشتن این مطلب که دارا بودن شایستگی و مزیت رقابتی به عنوان یکی از رموز موفقیت کسب و کارهای دولتی و خصوصی می باشد، نمی توان از این عنصر غافل بود. شایستگی عملیاتی، به مجموعه ای از قابلیت ها و توانمندی ها در حوزه فرآیند و عملیات اشاره دارد که می تواند در محیط های رقابتی، تفاوت ایجاد نماید. نتایج پژوهش ژو و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که شایستگی عملیاتی، نقش تعدیل کننده را در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه دارد. علاوه بر شایستگی عملیاتی، توانایی تشخیص فرصت ها و شکار به موقع فرصت ها نسبت به رقبای نیز می تواند منجر به ایجاد تفاوت در نتایج عملکردی گردد. اگر سازمان به مجموعه ای از کارکنان توانمند و آگاه و دارای سطح تعاملات گسترده باشد، قاعدتا جریان اطلاعات مرتبط به کار با سرعت بیشتری در سازمان جاری خواهد شد که این خود منجر به تفاوت در عملکرد می گردد. بر این اساس می توان گفت که شناخت به موقع فرصت ها، می تواند بر عملکرد کارآفرینانه موثر باشد. موریس و پل (۱۹۸۷) از دیدگاه بازاریابی، گرایش کارآفرینانه را تمایل مدیران ارشد شرکت به مخاطره پذیری حساب شده، نوآور بودن و نشان دادن پیش فعالی دانسته اند. پژوهش در خصوص ارتباط گرایش کارآفرینانه و توسعه محصول جدید، از سابقه ای طولانی برخوردار است. بیشتر این پژوهش ها، وجود ارتباطی قوی میان این دو متغیر را تأیید کرده اند؛ به نحوی که با افزایش گرایش کارآفرینانه در سازمان، شاهد بهبود فرایندها و خروجی های توسعه محصول جدید خواهیم بود (یانگ و مایر، ۲۰۱۹).

کومار (۱۹۹۸) منطبق این ارتباط را اینگونه توضیح می دهد که با تقویت گرایش کارآفرینانه، محیطی فراهم می شود که مشوق یادگیری مبتنی بر اکتشاف و آزمایش است و تمامی سطوح سازمان، از فعالیت هایی که برای بهبود فرایندها و محصولات صورت می گیرد، پشتیبانی خواهند کرد (ابراهیم پور و میرفلاح، ۱۳۹۷). همچنین، همانگونه که در پژوهش های مختلف بیان شده است، توسعه محصولات جدید نیازمند تمرکز بر نیازهای پنهان مشتریان است و سرمایه گذاری روی این نیازها، مستلزم پذیرش مخاطره های بزرگ است. این مخاطره پذیری، یکی از ویژگی های اصلی گرایش کارآفرینانه است که انرژی و انگیزه لازم را برای موفقیت در توسعه محصول جدید فراهم می کند (یو و همکاران، ۲۰۲۰).

از دیگر عناصر موثر بر توسعه محصول جدید که می تواند با گرایش کارآفرینانه نیز همراستا باشد، شناسایی فرصت هاست. توانایی تشخیص فرصت ها و شکار به موقع فرصت ها نسبت به رقبای نیز می تواند منجر به ایجاد تفاوت در نتایج عملکردی گردد (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰). اگر سازمان به مجموعه ای از کارکنان توانمند و آگاه و دارای سطح تعاملات گسترده باشد، قاعدتا جریان اطلاعات مرتبط به کار با سرعت بیشتری در سازمان جاری خواهد شد که این خود منجر به تفاوت در عملکرد می گردد. بر این اساس می توان گفت که شناخت به موقع فرصت ها، می تواند بر عملکرد توسعه محصول جدید موثر باشد (پاتل و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین گرایش کارآفرینانه که منطبق بر نوآوری، ریسک پذیری و پیشتازی می باشد، با دارا بودن مولفه پیشتازی، شرکت ها را نسبت به فرصت های محیطی آگاه تر و حساس تر نموده و ارتباط تنگاتنگی با این موضوع دارد (ماروم و همکاران، ۲۰۱۹). منطقه ویژه اقتصادی انزلی، که در برگیرنده تعداد زیادی از شرکت های کوچک و متوسط است، در سال های اخیر با تعطیلی برخی از این واحدها روبه رو شده است. در حالی که براساس تحقیقات متعددی، سرمایه اجتماعی با ایجاد بستری مطلوب برای توسعه تعاملات اجتماعی می تواند زمینه ساز کارآفرینی در این شرکت ها شود.



بر همین اساس، مسئله اصلی تحقیق حاضر این است که آیا سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه شرکت های کوچک و متوسط در منطقه ویژه اقتصادی انزلی با تعدیل گری شناخت فرصت ها و شایستگی عملیاتی موثر است؟

پیشینه تحقیق

سیهپور و جامه فر (۱۳۹۹) بررسی مسئولیت پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی با عملکرد کارآفرینانه در اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان فارس پرداختند. یافته های تحقیق نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی بر عملکرد کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.

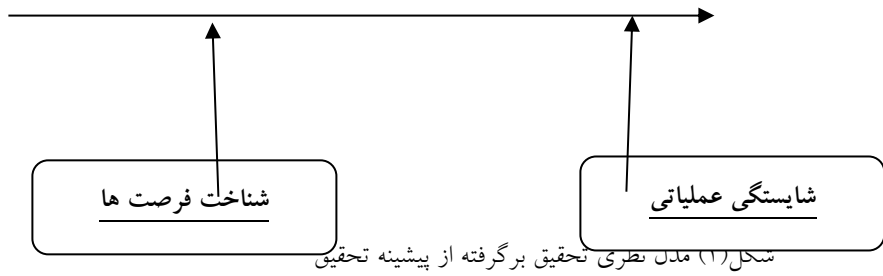
پاپ زن و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تاثیر مؤلفه های هوش فرهنگی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه رازی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که ۷۸/۵۶ درصد از دانشجویان دارای نیت کارآفرینی در حد متوسط و پایین بودند. مدل سازی معادله های ساختاری نشان داد که هوش فرهنگی فراشناختی بیشتر از دیگر مؤلفه های هوش فرهنگی می تواند در نیت کارآفرینی دانشجویان مؤثر باشد. نتیجه ی آزمون همبستگی پیرسون نیز نشان داد که بین مؤلفه های هوش فرهنگی با یکدیگر و با نیت و رفتار کارآفرینانه رابطه ی مثبت و معنی دار وجود دارد.

لیو و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی نقش میانجی مسئولیت پذیری اجتماعی، در تاثیر هوش فرهنگی بر عملکرد آفرینانه پرداختند. یافته های تحقیق نشان داد که مسئولیت پذیری اجتماعی در رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد کارآفرینانه نقش میانجی دارد. فاروق و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و مسئولیت پذیری اجتماعی پرداختند. یافته های تحقیق نشان داد هوش فرهنگی بر مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر مثبت دارد. انوار و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی تاثیر گرایشات کارآفرینانه بر توسعه محصول جدید با میانجی گری شناسایی فرصت پرداختند.

یافته های پژوهش نشان داد که گرایشات کارآفرینانه بر عملکرد توسعه محصول جدید تاثیر دارد. همچنین نقش میانجی شناسایی فرصت در رابطه گرایشات کارآفرینانه و عملکرد توسعه محصول جدید مورد تایید قرار گرفت. وانگ و همکاران (۲۰۲۱) به بررسی تاثیر گرایشات کارآفرینانه و گرایشات بازار بر عملکرد توسعه محصول جدید پرداختند. یافته های پژوهش نشان داد که گرایشات کارآفرینانه و گرایشات بازار بر عملکرد توسعه محصول جدید تاثیر مثبت و معناداری دارد.

معصوم و نوروزی (۱۳۹۹) به بررسی توسعه محصول جدید از طریق توسعه فرهنگ حمایت از نوآوری و دوسوتوانی سازمانی (مورد مطالعه: تولید کنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی) پرداختند. نتایج حاکی از آن بوده است که دوسوتوانی سازمانی شامل قابلیت اکتشاف و بهره برداری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد توسعه محصول جدید دارد.

کیانفر و بارفروش (۱۳۹۷) به ارزیابی اثر زنجیره تامین کارآفرینانه و توسعه محصول جدید بر عملکرد شرکت ها: مطالعه موردی صنعت نوشیدنی پرداختند. نتایج نشان می دهد که مولفه های زنجیره تامین کارآفرینانه با شدت ۰.۳۳۴ و توسعه محصول جدید با شدت ۰.۳۸۸ عملکرد شرکت ها را تحت تاثیر قرار می دهد. سه مولفه رشد، مشارکت مشتریان و مشارکت تامین کنندگان در زنجیره تامین کارآفرینانه و سه مولفه ویژگی های ذائقه ای محصول، سلامت و بهداشت و تنوع و نوآوری در توسعه محصول جدید، عملکرد شرکت ها را تحت تاثیر قرار می دهد.



شکل (۱) مدل نظری تحقیق برگرفته از پیشینه تحقیق

بر مبنای مدل فوق، فرضیات زیر قابل تبیین می‌باشد:

۱. سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه تاثیر دارد.
۲. شناخت فرصت ها در تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه نقش تعدیل گر دارد.
۳. شایستگی عملیاتی در تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه نقش تعدیل گر دارد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده ها، از نوع توصیفی - پیمایشی می‌باشد. سطح تحلیل پژوهش فردی و جامعه آماری تحقیق جامعه آماری تحقیق شرکت های فعال در منطقه ویژه اقتصادی انزلی هستند که تعدادشان ۳۲ شرکت فعال می‌باشد. روش نمونه گیری در پژوهش حاضر روش نمونه گیری تصادفی ساده می‌باشد، جامعه آماری در پژوهش از نوع محدود است روش نمونه گیری مورد استفاده در این پژوهش، سرشماری می‌باشد و از هر شرکت مدیر یا نماینده مدیر و تنها یک نفر به نمایندگی شرکت به عنوان فرد پاسخگو در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد می‌باشد که روایی آن به روش روایی محتوا، روایی همگرا و روایی واگرا مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن به روش آلفای کرونباخ بالاتر از مقدار مطلوب ۰/۷ برآورد گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از آماره‌های میانگین، انحراف معیار توسط نرم افزار آماری SPSS23 و در بخش آمار استنباطی از روش مدل سازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی توسط نرم افزار آماری SmartPLS3 استفاده شد.

جدول (۱). اطلاعات پرسشنامه‌ی پژوهش

| متغیرهای پژوهش | شماره سوالات | منبع |
|--------------------|--------------|--------------------------|
| سرمایه اجتماعی | ۵-۱ | سالواناوا و شغلی (۲۰۰۲) |
| عملکرد کارآفرینانه | ۹-۶ | آرجیل و لو (۲۰۰۰) |
| شایستگی عملیاتی | ۱۴-۱۰ | مسلج و جکسون (۱۹۸۱) |
| شناخت فرصت ها | ۲۰-۱۵ | لیچتشنش و همکاران (۲۰۰۴) |

یافته‌های پژوهش

در این بخش خلاصه یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی ارائه داده شده است:

آمار توصیفی

در این بخش میانگین و وانحراف معیار متغیرهای اصلی پژوهش ارائه داده شده است:

جدول (۲) توصیف متغیرهای پژوهش

| نتایج آمار | متغیر | تعداد | حداقل | حداکثر | میانگین | انحراف معیار استاندارد |
|------------|--------------------|-------|-------|--------|---------|------------------------|
| براساس بخش | سرمایه اجتماعی | ۳۲ | ۲/۵۰ | ۵ | ۳/۸۰ | ۰/۴۳۲ |
| | عملکرد کارآفرینانه | ۳۲ | ۲ | ۵ | ۳/۴۳ | ۰/۴۵۵ |
| | شناخت فرصت ها | ۳۲ | ۲/۶۹ | ۵ | ۳/۵۵ | ۰/۴۷۲ |
| | شایستگی عملیاتی | ۳۲ | ۱/۷۸ | ۵ | ۳/۹۸ | ۰/۵۰۳ |

توصیفی بیشترین میزان میانگین مربوط به متغیر شایستگی عملیاتی و کمترین میزان میانگین مربوط به متغیر عملکرد کار آفرینانه می باشد.

آمار استنباطی

در قسمت تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS برای بررسی مدل مفهومی پژوهش، بهره گرفته شد. این روش بهترین ابزار برای تحلیل پژوهش‌هایی است که در آنها روابط بین متغیرها پیچیده، حجم نمونه اندک و توزیع داده‌ها غیرنرمال است. درضمن، برای سنجیدن روابط علی، رویکرد حداقل مربعات جزئی روشی بسیار مناسب است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). در ادامه، یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها بررسی می‌شود.

ارزیابی مدل اندازه گیری

برای سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. پایایی شاخص برای سنجش پایایی درونی، شامل سه معیار آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و ضرایب بارهای عاملی است.

آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

آلفای کرونباخ شاخصی است که برآوردی را برای پایایی براساس همبستگی درونی معرف ها ارائه می‌دهد و مقدار مناسب برای آن بزرگتر از ۰/۷ است. به منظور محاسبه پایایی، معیار دیگری نیز وجود دارد که برتری‌هایی را نسبت به روش سنتی محاسبه آن توسط آلفای کرونباخ دارد و به آن پایایی ترکیبی (CR) گفته می‌شود. برتری پایایی ترکیبی نسبت به آلفا در این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌شود. همچنین برای محاسبه آن، شاخص‌های با بار عاملی بیشتر، اهمیت زیادتری دارند. در نتیجه برای سنجش بهتر پایایی، هر دوی این معیارها استفاده می‌شوند.

با توجه به مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی مرکب گزارش شده در جدول ۲، همانگونه که مشاهده می‌شود تمام متغیرهای پنهان دارای مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ هستند که پایایی مناسب مدل را نشان می‌دهد. همچنین، مقدار متوسط واریانس استخراج شده برای متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۵ است؛ بنابراین، روایی همگرای مدل‌های اندازه‌گیری نیز مطلوب اند. روایی همگرا، دومین معیاری است که به منظور برازش مدل اندازه‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد و میزان همبستگی هر سازه با ابعادش را نشان می‌دهد، براساس جدول (۲)، میانگین استخراج شده برای کلیه متغیرها و ابعادشان از مقدار مرزی ۰/۵ بیشتر بوده که آن نیز میزان روایی مدل را نشان می‌دهد.

جدول (۲). توصیف متغیرهای پژوهش

| ضریب پایایی ترکیبی | ضرایب آلفای کرونباخ | |
|--------------------|---------------------|--------------------|
| ۰/۷۹۴ | ۰/۷۱۱ | سرمایه اجتماعی |
| ۰/۸۲۱ | ۰/۷۳۲ | عملکرد کارآفرینانه |
| ۰/۸۶۶ | ۰/۷۸۶ | شایستگی عملیاتی |
| ۰/۸۵۴ | ۰/۸۱۰ | شناخت فرصت ها |

جدول (۳). نتایج ارزیابی روایی همگرا

| میانگین واریانس استخراج شده | |
|-----------------------------|--------------------|
| ۰/۵۵۴ | سرمایه اجتماعی |
| ۰/۵۶۹ | عملکرد کارآفرینانه |
| ۰/۶۱۱ | شایستگی عملیاتی |
| ۰/۶۳۹ | شناخت فرصت ها |

ارزیابی مدل ساختاری

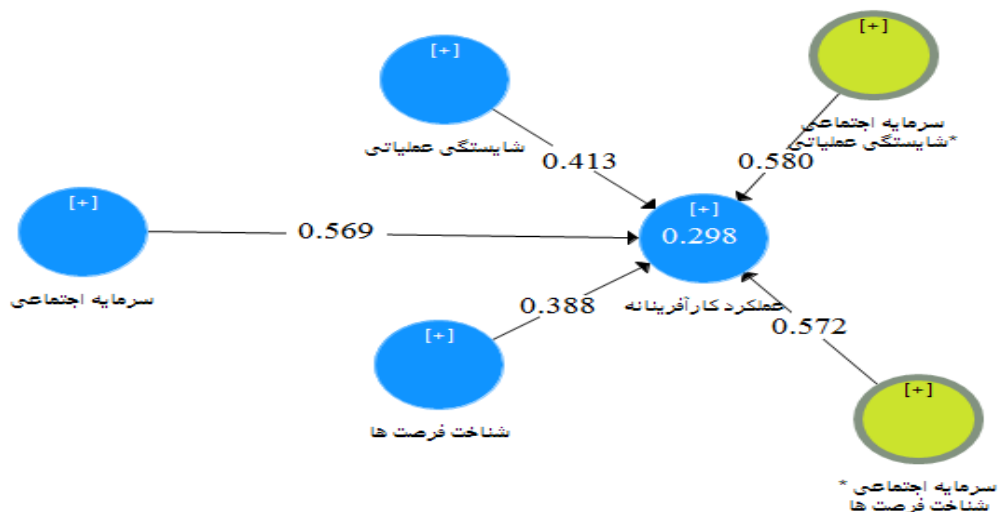
پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون، ارزیابی شد. در پژوهش حاضر از سه معیار ضریب معناداری (T-Value)، ضریب تعیین (R^2) و ضریب قدرت پیشینی (Q^2) استفاده شده است. اولین معیار برازش مدل ساختاری، ضرایب معناداری است. این ضرایب برای مدل اجرا شده و در شکل (۲) نشان داده شده است. براین اساس، تمام ضرایب معناداری از ۱/۹۶ بیشتر دارند که معنادار بودن روابط بین متغیرها را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می‌دهد. نمودار زیر مدل مفهومی تحقیق در حالت استاندارد شده ضرایب مسیر را نشان می‌دهد.

ISC
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی
کنفرانس‌های نوین مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

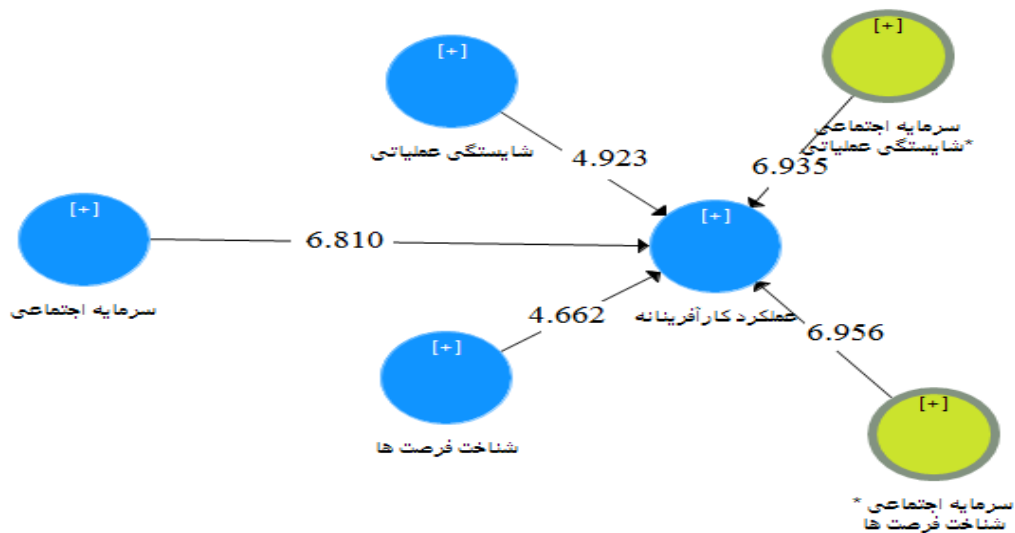
چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir



شکل ۲) مدل مفهومی با ضرایب مسیر استاندارد شده (ارزیابی مدل ساختاری)

نمودار زیر مدل مفهومی تحقیق در حالت ضرایب معناداری را نشان می‌دهد.



شکل ۳) مدل پژوهش با ضرایب t-Values (ارزیابی مدل ساختاری)

معیار اول: ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن (مقادیر t-value)

معیار اول از بررسی برازش مدل ساختاری، ضرایب معناداری t بین متغیرهای مکنون است. چنانچه مقدار بدست آمده بیشتر از ۱.۹۶ شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تایید می‌شود.

«مقادیر تی بیشتر از ۱/۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ معناداری روابط را نشان می دهد».

جدول ۴) ضرایب بار عاملی استاندارد شده و مقدار t بین متغیرهای مکنون

| نتیجه | مقدار معنادار ی | ضریب مسیر | متغیرهای وابسته | متغیرهای مستقل |
|-------|--------------------|-----------|--------------------|----------------------------------|
| تایید | ۶/۸۱۰ | ۰/۵۶۹ | عملکرد کارآفرینانه | سرمایه اجتماعی |
| تایید | ۴/۹۲۳ | ۰/۴۱۳ | عملکرد کارآفرینانه | شایستگی عملیاتی |
| تایید | ۴/۶۶۲ | ۰/۳۸۸ | عملکرد کارآفرینانه | شناخت فرصت |
| تایید | ۶/۹۳۵ | ۰/۵۸۰ | عملکرد کارآفرینانه | شایستگی عملیاتی و سرمایه اجتماعی |
| تایید | ۶/۹۷۶ | ۰/۵۷۲ | عملکرد کارآفرینانه | شناخت فرصت و سرمایه اجتماعی |

نتایج آزمون فرضیه‌ها و ضرایب معناداری با توجه به جدول ۴ نشان می‌دهد تمامی فرضیه‌های پژوهش تأیید شده‌اند. در شکل (۲) و (۳)، تمام فرضیه‌های پژوهش در مدل نهایی نشان داده می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به بررسی فرضیه از طریق روش حداقل مربعات جزئی ملاحظه می‌شود که بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه رابطه معناداری وجود دارد و با توجه به ضریب معناداری t در رابطه بین دو متغیر که برابر با ۶/۸۱۰ است و از آن جا که این مقدار در خارج بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶) قرار دارد، می‌توان نتیجه گرفت که این فرضیه تأیید شده و شدت این رابطه برابر با ۰/۵۶۹ است. در نتیجه با حداقل ۹۵ درصد اطمینان می‌توان پذیرفت: سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه تأثیر دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش ژئی و همکاران (۲۰۲۱) همراستا می‌باشد.

با توجه به بررسی فرضیه از طریق روش حداقل مربعات جزئی ملاحظه می‌شود که بین شناخت فرصت ها و سرمایه اجتماعی با عملکرد کارآفرینانه رابطه معناداری وجود دارد و با توجه به ضریب معناداری t در رابطه بین دو متغیر که برابر با ۶/۹۷۶ است و از آن جا که این مقدار در خارج بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶) قرار دارد، می‌توان نتیجه گرفت که این فرضیه تأیید شده و شدت این رابطه برابر با ۰/۵۷۲ است. در نتیجه با حداقل ۹۵ درصد اطمینان می‌توان پذیرفت: شناخت فرصت ها در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه نقش تعدیل گر دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش ژئی و همکاران (۲۰۲۱) همراستا می‌باشد.

با توجه به بررسی فرضیه از طریق روش حداقل مربعات جزئی ملاحظه می‌شود که بین شایستگی عملیاتی و سرمایه اجتماعی با عملکرد کارآفرینانه رابطه معناداری وجود دارد و با توجه به ضریب معناداری t در رابطه بین دو متغیر که برابر با ۶/۹۳۵ است و از آن جا که این مقدار در خارج بازه (۱/۹۶ & ۱/۹۶) قرار دارد، می‌توان نتیجه گرفت که این فرضیه تأیید شده و شدت این رابطه برابر با ۰/۸۰۵ است. در نتیجه با حداقل ۹۵ درصد اطمینان می‌توان پذیرفت: شایستگی عملیاتی در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه نقش تعدیل گر دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش ژئی و همکاران (۲۰۲۱) همراستا می‌باشد. با توجه به تأثیر معنادار سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه، توسعه تعاملات



در بین کارکنان شرکت، توسعه تعاملات بین شرکت ها و عوامل زنجیره تامین و اشاعه فرهنگ به اشتراک گذاری دانش در فضای کار توصیه می‌گردد. با توجه به نقش تعدیل‌گر شناخت فرصت ها در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه توسعه حس فرصت جویی در میان شرکت ها و آگاهی از تغییرات محیطی و تلاش به منظور کسب اطلاعات محیطی در مراحل اولیه پیشنهاد می‌گردد. با توجه به نقش تعدیل‌گر شایستگی عملیاتی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه، توسعه قابلیت ها و توانمندی کارکنان شرکت در جهت ارتقای بهره‌وری کلی شرکت و توجه به توانمندی کارکنان در زمینه خلق ایده و ایجاد شرایط به منظور اجرایی نمودن ایده ها پیشنهاد می‌گردد.

منابع

ابراهیم پورازبری، مصطفی و میرفلاح دموچالی، رضوانه، ۱۳۹۷، تاثیر کارآفرینی سازمان بر عملکرد توسعه محصول جدید: با میانجی‌گری ظرفیت جذب دانش، پنجمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران، <https://civilica.com/doc/784693>.

سیهپور، علیرضا، جامه‌فر، امید. (۱۳۹۹). بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی با عملکرد بالا در اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان فارس. نشریه پژوهش‌های نوین در مدیریت کارآفرینی و توسعه کسب و کار. ۴(۸۰): ۹۲-۸۰.
معصوم، محمد. نوروزی، نگار. (۱۳۹۹). توسعه محصول جدید از طریق توسعه فرهنگ حمایت از نوآوری و دوسوتوانی سازمانی (مورد مطالعه: تولیدکنندگان لوازم و تجهیزات ورزشی). فصلنامه مدیریت کسب و کار. ۱۲(۴۶): ۲۵۱-۲۲۶.

کیان‌فر، کامران. بارفروش، نسرين. (۱۳۹۵). ارزیابی اثر زنجیره تامین کارآفرینانه و توسعه محصول جدید بر عملکرد شرکت‌ها: مطالعه موردی صنعت نوشیدنی. پژوهشنامه مدیریت اجرایی. ۸(۱۵): ۷۵-۹۲.

Muhammad Anwar · Thomas Clauss · Wunnam Basit Issah.(2022). Entrepreneurial orientation and new venture performance in emerging markets: the mediating role of opportunity recognition. Review of Managerial Science. 16: 769-796.

Patel PC, Kohtamäki M, Parida V, Wincent J (2015) Entrepreneurial orientation-as-experimentation and firm performance: The enabling role of absorptive capacity. Strateg Manag J 36(11):1739–1749

Marom S, Lussier RN, Sonfeld M (2019) Entrepreneurial strategy: the relationship between firm size and levels of innovation and risk in small businesses. J Small Bus Strategy 29(3):33–45.

Wang X, Dass M, Arnett DB, Yu X (2020) Understanding firms' relative strategic emphases: an entrepreneurial orientation explanation. Ind Mark Manag 84:151–164.

Yu X, Li Y, Su Z, Tao Y, Nguyen B, Xia F (2020) Entrepreneurial bricolage and its effects on new venture growth and adaptiveness in an emerging economy. Asia Pac J Manag 37:1141–1163.

Yang W, Meyer KE (2019) Alliance proactiveness and firm performance in an emerging economy. Ind Mark Manag 82:226–237

Xie, Gui-hua. Wang, , Lin-ping. Bey-fen, Lee.(2021). Understanding the Impact of Socia Capital on Entrepreneurship Performance: The Moderation Effects of Opportunity Recognition and Operational Competency. International Journal of Organizational Leadership, 6(2), 197–210.



Daryani, S. M., Aali, S., Amini, A., & Shareghi, B. (2017). A comparative study of the impact of emotional, cultural, and ethical intelligence of managers on improving bank performance. *International Journal of Organizational Leadership*, 6(2), 197–210.

Fang, F., Schei, V., & Selart, M. (2018). Hype or hope? A new look at the research on cultural intelligence. *International Journal of Intercultural Relations*, 66, 148–171.

Farooq, Q., Hao, Y., & Liu, X. (2019). Understanding corporate social responsibility with cross-cultural differences: A deeper look at religiosity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 965–971.

Lee, C., Hallak, R., & Sardeshmukh, S. R. (2016). Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model. *Tourism Management*, 53, 215–228.

Li, Y., Wang, X., & Chen, P. (2019). Development and testing of heritage responsibility scale: Based on perspectives of tourists and residents. *Tourism Tribune*, 34(10), 60–75.

Lorenz, M. P., Ramsey, J. R., & Richey, R. G. (2018). Expatriates' international opportunity recognition and innovativeness: The role of metacognitive and cognitive cultural intelligence. *Journal of World Business*, 53(2), 222–236.

Lu, S., Li, G., & Xu, M. (2020). The linguistic landscape in rural destinations: A case study of hongcun village in China. *Tourism Management*, 77, Article 104005.

Liu, Fajian. Xiaoyu , Wu. Jinyan Xu. Dongdong Chen.(2021). Examining cultural intelligence, heritage responsibility, and entrepreneurship performance of migrant homestay inn entrepreneurs: A case study of Hongcun village in China. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 4(8): 538-550.



ISC

۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی



وزارت امور اقتصادی و دارایی
گزارش‌های کنفرانس مدیریت حسابداری و صنعت بیمه

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰
MCII-conf.ir

