

بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی بانقش میانجی فعالیت‌های کارآفرینی (تولید کنندگان صنایع لبنی شهریار)

زهرة رحیمی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی، دانشگاه پیام نور، مرکز تهران غرب، ایران. (نویسنده مسئول).
zohreh2014@yahoo.com

دکتر بهروز لاری سمنانی

استادیار گروه مدیریت مالی، دانشگاه پیام نور، مرکز تهران غرب، ایران.
bls@pnu.ac.ir

دکتر فاطمه عیدی

استادیار گروه مدیریت مالی، دانشگاه پیام نور، مرکز تهران غرب، ایران.
eidi@pnu.ac.ir

چکیده

سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر یکی از مهم‌ترین متغیرهای تبیین‌کننده سطح توسعه رفاه جوامع و توسعه محلی در سطوح گوناگون بوده و مورد توجه خاص سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان بوده است. از این رو هدف اصلی این پژوهش تعیین رابطه بین سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی‌گری فعالیت‌های کارآفرینانه در شرکت‌های تولیدکننده لبنیات شهریار می‌باشد. مطالعه حاضر از نوع توصیفی و تحلیلی بوده که از ابزار پرسشنامه در بین شرکت‌های تولیدکننده لبنیات در سطح کارکنان شرکت‌های تولیدکننده مواقع در شهریار استفاده تجزیه و تحلیل شده است. نتایج حاصل با استفاده از نرم افزار اسپس و اسمارت پی ال اس انجام شده است و نتایج حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی داخلی بانقش میانجی‌گری نوآوری در خدمات و قدرت ریسک و تجدید استراتژی بر عملکرد مالی سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد. سرمایه اجتماعی خارجی بانقش میانجی‌گری نوآوری در خدمات و قدرت ریسک و تجدید استراتژی بر عملکرد سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی‌گری فعالیت‌های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، عملکرد مالی، فعالیت‌های کارآفرینانه، نوآوری در خدمات، ریسک شرکت.

مقدمه

در آستانه هزاره سوم، دوران بکارگیری شیوه‌های سنتی مدیریت پایان می‌پذیرد و افق‌های جدیدی در قالب سازمان‌های یادگیرنده و سازمان‌های مجازی پا به عرصه مدیریت و سازمان می‌گذارند. سازمان‌های یادگیرنده یا سازمان‌های دانش-آفرین، سازمان‌هایی هستند که در آنها خلق دانش و آگاهی‌های جدید، ابداعات و ابتکارات، یک کار تخصصی و اختصاصی نیست بلکه نوعی رفتار همگانی است و افراد چگونگی آموختن را به اتفاق هم می‌آموزند و هر فردی در آن انسانی خلاق و دانش‌آفرین است. سازمان‌هایی با چنین ویژگی‌ها و خصوصیات، سازمان‌هایی آرمانی و خواستنی هستند اما چگونه می‌توان به چنین سازمان‌هایی دست یافت و چگونه می‌توان چنین سازمان‌هایی را طراحی و اجرا کرد؟ چه برنامه‌ها و سیاست‌هایی باید اعمال شوند تا سازمان‌ها از وضع کنونی به این وضع انتقال یابند؟ سازمان‌های موفق و کامیاب امروز ما سازمان‌هایی هستند که به دنبال کارآفرینی از طریق سرمایه اجتماعی بوده و آن‌را به طرق و شیوه‌های کاربردی برای بهبود فعالیت‌هایشان تبدیل کرده‌اند. آنها از شیوه‌های نو و خلاق برای اصلاح ساختار و عملکردشان بهره

گرفته‌اند و از این رو می‌توانند برای ما سرمشق و الگو باشند. این تحقیق در پنج فصل تهیه شده است که فصل اول مربوط به کلیات تحقیق می‌باشد، در فصل دوم به بررسی مبانی نظری و پیشینه تحقیق پرداخته شده است، فصل سوم به متدولوژی و روش‌شناسی اختصاص داشته، در فصل چهارم تحلیل‌های آماری آورده شده و نهایتاً در فصل پنجم نتایج بدست آمده از پژوهش بیان شده و بر اساس نتایج، پیشنهادهای ارائه شده است. کانال‌هایی که سرمایه اجتماعی از طریق آنها عمل می‌نماید عبارتند از جریان‌های اطلاع‌رسانی، هنجارهای حاصل از کنش متقابل در اجتماع و ذهنیت تبدیل من به ما. که از طریق وحدت و مشارکت‌های شبکه‌های ارتباطی تقویت میشود (موو^۱، ۲۰۰۸).

سرمایه اجتماعی ساختاری است که معمولاً از طریق یک پیمایش و باهدف کشف شبکه‌های بین افراد و شرکتها اندازه‌گیری می‌شود. سرمایه اجتماعی به عنوان عامل رشد و توسعه شناسایی شده است (راجائین^۲، ۲۰۱۴). به عقیده کلمن^۳ سرمایه اجتماعی بخشی از ساختار اجتماعی است که به افراد (به مثابه کنشگران) اجازه می‌دهد تا با استفاده از آن به منافع خود دست یابند. تأمین نیازهای اجتماعی از طریق همکاری و تعاون میان انسان‌ها امکان‌پذیر است؛ زیرا انسان به طور ذاتی در تعامل و تقابل با دیگران نیازهای خود را بر طرف ساخته و امور گذران می‌کند. فوکویاما معتقد است که سرمایه اجتماعی، شکل و نمونه ملموسی از یک هنجار غیر رسمی است که باعث ترویج همکاری بین دو یا چند فرد می‌شود (مصلی نژاد، ۱۳۹۶). یکی از مشکلات عمده در صنایع لبنی پایین آمدن میزان عملکرد در چند سال گذشته بوده است، یکی دیگر از دلایل کاهش عملکرد، افزایش رقبا در این صنعت بوده است. جهت رفع این مشکل برای افزایش عملکرد در صنایع لبنی مهمترین عامل سرمایه اجتماعی و کار آفرینی شناخته شده است که در این راستا محقق درصدد برآمد تا با استناد بر پژوهش دای و همکاران (۲۰۱۵) بررسی کند که آیا سرمایه‌های اجتماعی داخلی، خارجی بر عملکرد مالی صنایع لبنی تأثیری دارد؟ و فعالیتهای کارآفرینانه در صنایع لبنی در تأثیر این مهم چه نقشی میتواند داشته باشد؟

بیان نظری

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، دربرگیرنده اطلاعات، اعتماد و هنجارهایی از روابط متقابل در شبکه‌های اجتماعی است (فریز و همکاران^۴، ۲۰۱۷).

سرمایه اجتماعی، یک دارایی است و برخلاف دیگر منابع و دارایی‌ها در صورت عدم استفاده مناسب از آن، نه تنها از بین خواهد رفت؛ بلکه تولید نیز نخواهد شد. بنابراین هر جامعه‌ای که به دنبال نظم و توسعه مطلوب است، همواره باید نسبت به تولید، حفظ، ترمیم و تقویت این سرمایه بکوشد (بارون و همکاران^۵، ۲۰۱۶).

حسناً، سرمایه اجتماعی را ابزاری برای دستیابی به توسعه سیاسی و اجتماعی در سیستم‌های مختلف سیاسی می‌داند و بر مفهوم اعتماد، تأکید ویژه‌ای دارد. به زعم وی، اعتماد می‌تواند موجب توسعه سیاسی شود (حسنا، ۲۰۱۵).

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت بالقوه در روابط اجتماعی گروه‌های نخستین، ثانوی و در سازمان اجتماعی جامعه وجود دارد. برخی از این ذخایر که گاه از آنها به عنوان ارزش‌های اجتماعی نیز یاد می‌شود عبارتند از: صداقت، سلامت نفس، همدردی، اعتماد، همبستگی و فداکاری. سرمایه اجتماعی از طریق این

¹ Muo

² Rajaein

³ Celeman

⁴ Ferris et al

⁵ Barron et al

⁶ Hasanah

منابع کار افراد را در سطوح مختلف خرد، میانی و کلان جامعه آسان، سریع، کم هزینه و مطمئن می سازد و بدین وسیله آنان را در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می کند (بانداری^۱، ۲۰۱۴).

الینگر و همکاران^۲ سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از ارزش های رسمی، هنجارها و تعهدات ذهنی - احساسی تعریف می کنند که اعضای گروه به اشتراک می گذارند و این ابزارها در شکل دهی روابط که منجر به اثربخشی عملکرد سازمانی می شوند، مؤثرند (الینگر و همکاران، ۲۰۱۳).

ناهایپیت و گوشال^۳ جزء نخستین افرادی هستند که سرمایه اجتماعی را از دیدگاه سازمانی تعریف نموده اند. از دیدگاه آنان، سرمایه اجتماعی جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود ناشی از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد از سازمان با فرد یا واحد اجتماعی دیگری از درون یا بیرون سازمان است.

از نظر ایشان سرمایه اجتماعی یکی از دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش بسیار کمک کرده و برای آنها در مقایسه با سازمان های دیگر مزیت رقابتی پایدار ایجاد نماید (جانسن و همکاران^۴، ۲۰۱۳).

بورديويسرمایه اجتماعی را مجموع منابع واقعی و مجازی که به فرد یا گروه تعلق دارد و از طریق تصاحب شبکه ای به نسبت پایدار از روابط آشنایی دو طرفه و شناخت اعمال می شود، تعریف می نماید. بورديو معتقد است سرمایه اجتماعی از ارتباطات و مشارکت اعضای سازمان با یکدیگر حاصل می گردد و می تواند به عنوان ابزاری به منظور رسیدن به سرمایه اقتصادی باشد (چن و لوورن^۵، ۲۰۱۱).

جاکوب سرمایه ی اجتماعی را در غالب شبکه های اجتماعی تعریف می کند که کارکردهایی در جامعه دارند و غیرقابل جایگزینی هستند. این کارکردها می تواند سبب توسعه ی اقتصادی در جوامع گردد (آلگیوزی و فیلیری^۶، ۲۰۱۳).

عملکرد مالی

روش عموماً پذیرفته شده ای برای اندازه گیری عملکرد شرکت ها وجود ندارد ولی معمولاً نتایج مالی و حسابداری، هدف نهایی بسیاری از شرکت هاست. مطالعات تجربی گذشته نشان می دهد که عملکرد یک سازه ی چند بعدی است که باید با چندین معیار اندازه گیری شود (تکر و همکاران^۷، ۲۰۱۶). ارزیابی عملکرد فرآیند سنجش و اندازه گیری عملکرد در دستگاه های اجرایی در چارچوب اصول و مفاهیم علمی مدیریت برای تحقق اهداف و وظایف سازمانی و در قالب برنامه های اجرایی است (افشار و زمانی عموقین، ۱۳۹۳). هر سازمان به منظور آگاهی از میزان مطلوبیت و مرغوبیت فعالیت های خود بالاخص در محیط های پیچیده و پویا نیاز مبرم به نظام ارزیابی دارد. از سوی دیگر فقدان وجود نظام ارزیابی و کنترل در یک سیستم به معنای عدم برقراری ارتباط با محیط درون و برون سازمان تلقی می گردد که پیامدهای آن کهولت و نهایتاً مرگ سازمان است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴). ممکن است بروز پدیده ی مرگ سازمانی به علت عدم وقوع یکباره ی آن، از سوی مدیران عالی سازمان ها احساس نشود ولی مطالعات نشان می دهند که فقدان نظام کسب بازخورد امکان انجام اصلاحات لازم برای رشد، توسعه و بهبود فعالیت های سازمان را غیر ممکن می کند و سرانجام این پدیده مرگ سازمانی است (تیانکی وانگ^۸، ۲۰۱۸).

¹ Bhandari

² Ellinger et al

³ Nahapiet & Ghoshal

⁴ Johnson et al

⁵ Chen & Lovvorn

⁶ Alguezaui & Filieri

⁷ Teker et al

⁸ Tiankai Wang

بهبود مستمر^۱ عملکرد سازمان ها، نیروی عظیم هم افزایی^۲ ایجاد می کند که این نیروها می تواند پشتیبان برنامه ی رشد، توسعه و ایجاد فرصت های تعالی سازمانی شوند. دولت ها و سازمان ها و مؤسسات تلاش جلو برنده ای را در این مورد اعمال می کنند. بدون بررسی و کسب آگاهی از میزان پیشرفت و دستیابی به اهداف و بدون شناسایی چالش های پیش روی سازمان و کسب بازخورد و اطلاع از میزان اجرای سیاست های تدوین شده و شناسایی مواردی که به بهبود جدی نیاز دارند، بهبود مستمر عملکرد میسر نخواهد شد و تمامی موارد مذکور بدون اندازه گیری و ارزیابی امکان پذیر نیست، در غیر این صورت آگاهی و دانش ما ناقص بوده و هرگز به مرحله بلوغ نخواهد رسید (مایا فینگر^۳، ۲۰۱۸).

علم مدیریت نیز مبین مطالب مذکور است. هر چه را نتوان اندازه گیری کرد نمی توان کنترل کرد و هر چه را که نتوان کنترل کرد، مدیریت آن امکان پذیر نخواهد بود. موضوع اصلی در تمام تجزیه و تحلیل های سازمانی، عملکرد است و بهبود آن مستلزم اندازه گیری است و از این رو سازمان بدون ارزیابی عملکرد قابل تصور نیست. همچنین صاحب نظران و محققین معتقدند که ارزیابی عملکرد، موضوعی اصلی در تمامی تجزیه و تحلیل های سازمانی است و تصور سازمانی که شامل ارزیابی و اندازه گیری عملکرد نباشد، مشکل است. ارزیابی و اندازه گیری عملکرد موجب هوشمندی سیستم و برانگیختن افراد در جهت رفتار مطلوب می شود و بخش اصلی تدوین و اجرای سیاست سازمانی است (افشار و زمانی عموقین، ۱۳۹۳). قدیمی ترین و مهم ترین رویکردهای ارزیابی عملکرد شرکت ها، ارزیابی مالی شرکت ها بوده و غالباً مبتنی بر صورت های مالی است. تحلیل های مالی، اطلاعات گران بهایی را در خصوص روند ها، همبستگی ها، کیفیت سود و درآمد هر سهم و در نهایت نقاط قوت و ضعف شرکت ها و چگونگی وضعیت مالی آن ها را ارائه می کند (اسعدی و کیانی نژاد، ۱۳۹۳). برای سنجش عملکرد مالی روش های مختلفی وجود دارد. بسته به نوع عملکرد سازمانی، عملکرد مالی از طریق هشت مورد اندازه گیری می شود. متغیرهای مربوط به عملکرد مالی کوتاه مدت، یعنی سود عملیاتی، نسبت سود به نسبت فروش، سود بازده سرمایه گذاری، نرخ بازده دارایی، سهم بازار، حجم فروش، بازده فروش در سرمایه گذاری و جریان نقدی (تئودولیدیس و همکاران^۴، ۲۰۱۷). همچنین فینگر و همکاران (۲۰۱۷) عملکرد مالی در بانک ها را با پنج روش اندازه گیری می کند. ۱- تغییر در فعالیت های سرمایه گذاری توسط نرخ رشد سالانه در ارزش کل وام، ۲- درآمد سود خالص به وسیله مجموع سود خالص و سود بدون درآمد، ۳- نرخ بازده سرمایه گذاری، ۴- نرخ بازده دارایی ها و ۵- وام ها غیر فعال کل.

فعالیت های کارآفرینی

پیدایش مفاهیم اولیه کارآفرینی را باید به علم اقتصاد نسبت داد اوج رابطه اقتصاد و کارآفرینی در قرن بیستم به ویژه از دهه ۱۹۱۱ به بعد بوده است؛ زیرا تلاش برای مفهوم سازی کارآفرینی از مکاتب اقتصادی آغاز شد، مخصوصاً در دهه ۱۹۱۱ میلادی، اقتصاددانان پس از مشاهده شکست مدیریت تقاضای مصرف کننده، برای جلوگیری از تورم مستمر در این دهه به کارآفرینی توجه کردند. بنابراین همان طوری که گفته شد اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپیتر، کارآفرین را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی میدانند و می گوید: نقش کارآفرین نوآوری است. از دیدگاه وی ارائه کالایی جدید، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و... از فعالیت های کارآفرینان

¹ Continuous Improvement

² Synergy

³ Maya Finger

⁴ Theodoulidis et al

است (کیا کجوردی و فاضلی ویسری، ۱۳۸۹). اقتصاد دانان معتقد بودند که کارآفرینی در جامعه می تواند سه منفعت اصلی ایجاد کند که عبارتند از:

۱. افزایش رشد اقتصادی؛
۲. ارتقای بهره وری؛
۳. پدید آمدن تکنولوژی ها، محصولات و خدمات جدید.

پس از علم اقتصاد، علم جامعه شناسی نیز در روند پیشرفت و تکامل کارآفرینی بسیار موثر بوده و سهم بسزایی را ایفا کرده است. باید باور داشت که علم مدیریت نیز در ثبات، تعمیم، تکامل جدی و نهایی کارآفرینی بدون شک از پیشگامان محسوب می شود (اندرسون^۱، ۲۰۱۵).

پیشینه پژوهش

محمدی و غلامی (۱۳۹۵) در تحقیقی به تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت ها پرداختند. هدف اصلی این پژوهش تغییر رابطه بین سرمایه اجتماعی و شاخص های عملکرد مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که در این راستا چهار شاخص عملکرد مالی شرکت ها که شامل گردش دارایی ها، حاشیه فروش، بازده دارایی ها و بازده حقوق صاحبان سهام به عنوان متغیر وابسته و سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و تاثیر شاخص سرمایه اجتماعی بر چهار شاخص عملکرد مالی در قالب چهار فرضیه جداگانه با استفاده از روش رگرسیون چند متغیره و داده های ترکیبی مورد آزمون قرار گرفت و نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین متغیر مستقل (ISO) و متغیر وابسته (گردش دارایی ها) رابطه معنی داری وجود دارد. ولی فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه مثبت بین سرمایه های اجتماعی و میزان گردش دارایی ها را نمی توان پذیرفت. زیرا علامت این پارامتر منفی است ولی بین متغیر مستقل (ISO) و سایر متغیر های وابسته رابطه معنی داری وجود ندارد. به عبارت دیگر فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه معنی دار بین سرمایه های اجتماعی و سایر شاخص های عملکرد مورد بحث را نمی توان پذیرفت. شاید بتوان یکی از عوامل عدم وجود ارتباط را در تعریف شاخص مورد استفاده سرمایه اجتماعی دانست که کارایی لازم را ندارد و باید از شاخص های مناسب تری که بتواند نماینده واقعی سرمایه اجتماعی شرکت باشد استفاده نمود.

تقی زاده و فکرت (۱۳۹۵) در تحقیقی به تاثیر گرایش به کارآفرینی و عملکرد مالی بنگاه های کوچک و متوسط استان آذربایجان غربی پرداختند. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر ابعاد گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی بنگاه های کوچک و متوسط (SMEs) استان آذربایجان غربی با توجه به نقش پویایی محیط بوده است. برای تحقق این هدف با استفاده از ابزار پرسشنامه در قالب یک پژوهش پیمایشی و توصیفی به بررسی تاثیر پنج بعد گرایش به کارآفرینی شامل نوآوری، ریسک پذیری، رقابت تهاجمی، پیشگامی و استقلال پرداخته شد. به عبارت دیگر، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤالات بوده است که آیا ابعاد گرایش به کارآفرینی تاثیر مثبتی بر عملکرد مالی بنگاه های کوچک و متوسط دارند؟ نقش متغیر پویایی محیط در این روابط چیست؟ این سؤالات با استفاده از روش های رگرسیون چندگانه و رگرسیون سلسله مراتبی مورد بررسی قرار گرفته است. یافته ها نشان می دهند که رابطه بین چهار زوج نوآوری - عملکرد مالی، ریسک پذیری - عملکرد مالی، پیشگامی - عملکرد مالی و رقابت تهاجمی - عملکرد مالی مثبت و معنادار است. اما استقلال هیچ رابطه معناداری با عملکرد مالی ندارد. در ضمن، پویایی محیط رابطه بین چهار زوج نوآوری - عملکرد مالی، ریسک پذیری - عملکرد مالی، پیشگامی - عملکرد مالی و رقابت تهاجمی - عملکرد مالی را تعدیل می کند، اما این متغیر رابطه بین استقلال و عملکرد مالی را تعدیل نمی کند.

¹ Anderson

وفایی و شافعی (۱۳۹۵) تحقیقی تحت عنوان «بررسی نقش عوامل سازمانی در افزایش کارآفرینی شرکت های صنعتی کوچک» انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که میزان برخورداری مدیران از مهارت های مدیریتی سه گانه، نوع سیستم بودجه ریزی، نظام ارزیابی عملکرد و ابعاد فرهنگ شرکت های کارآفرین با شرکت های غیر کارآفرین به صورت معناداری متفاوت است. اما این تفاوت در دیگر متغیرهای (رسمیت و تمرکز) و ابعاد استراتژیکی (تعیین اهداف و سیاست های اجرایی) مشاهده نشد. یافته های دیگر تحقیق نشان داد که شرکت های کارآفرین به طور معناداری از لحاظ ساختاری پیچیده تر از شرکت های غیر کارآفرین هستند. همچنین شرکت های کارآفرین نسبت به شرکت های غیر کارآفرین در تدوین مأموریت های سازمانی بهتر عمل می کنند.

صالحی (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان «شناسایی عوامل و شاخص های اولویت دار جهت دستیابی به سازمان های کارآفرین در کشور» انجام داد. در این تحقیق، ضمن مطالعه ی شرکت های خصوصی کشور، مهمترین عوامل و شاخص هایی که در صورت وجود در سازمان ها به تقویت فضای نوآوری و افزایش انجام فعالیت های کارآفرینانه در سازمان منجر می شود، مورد بررسی قرار گرفت. صالحی این عوامل را در پنج دسته بررسی کرد: (۱) حمایت مدیریت، (۲) فرهنگ، (۳) ساختار، (۴) سیستم ها، (۵) اهداف و استراتژی ها.

منوچهری و امانی (۱۳۹۴) در پژوهشی به تجزیه و تحلیل نقش گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی در شرکتهای خدماتی شهرستان سنندج پرداختند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه بین گرایش به کارآفرینی و عملکرد مالی می باشد. برای انجام این پژوهش، نظر سنجی (پرسشنامه با آلفای ۰٫۹۲۸) از مدیران شرکت های خدماتی شهرستان سنندج به عمل آمده است. پس از جمع آوری اطلاعات به کمک پرسشنامه، برای آزمون فرضیات پژوهش از مدل یابی معادلات ساختاری و آزمون پیرسون؛ همچنین از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده ها استفاده شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی صوری و سازه ای استفاده شده است. نتایج الگویابی معادلات ساختاری نشان داد که نوآوری به میزان ۷۰ درصد و پیشگامی و ریسک پذیری به ترتیب با ۵۹ درصد و ۸۰ درصد با عملکرد مالی رابطه دارد. نتایج نشان می دهد که ریسک پذیری بیشترین رابطه را با عملکرد مالی دارد. همچنین نتایج نشان می دهد که به هر میزان واحدهای کسب و کار بیشتر به سوی مؤلفه های گرایش به کارآفرینی تمایل نشان دهند و به سوی آن حرکت کنند عملکرد مالی آن ها بهبود می یابد.

دای و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهش خود تحت عنوان «سرمایه اجتماعی چگونه بر عملکرد مالی سازمان تاثیرگذار است؟ فعالیت های کارآفرینانه چه نقشی در این تاثیر دارد؟» اذعان داشتند یافته آنان حاکی از این بوده که بین سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی بر عملکرد مالی سازمان تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین در بین فعالیت های کارآفرینانه مولفه نوآوری در ارائه خدمات بیشترین نقش را در این تاثیر داشته است. آرمش و همکاران (۲۰۱۴) تحقیقی با عنوان «تاثیر سازمان و مولفه های محیط بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد شرکت» انجام دادند. به اعتقاد آنها کارآفرینی سازمانی یکی از مهم ترین مفاهیمی است که در سال های اخیر فواید قابل توجهی برای سازمان ها و موسسات تجاری مانند صنعت، کشاورزی و بخش خدمات داشته است. در این رابطه، کارآفرینی سازمانی تلاش ها و فعالیت های سازمان ها در رابطه با استفاده از مزایای رقابت و شناخت فرصت ها و قابلیت های مورد نیاز برای استفاده از این فرصت ها را تسهیل کرده است. کار آفرینی سازمانی می تواند تحت تاثیر عوامل محیطی و سازمانی مختلفی قرار بگیرد و این عوامل می توانند بر توسعه کارآفرینی شرکت و نیز عملکرد سازمان تاثیر بگذارند. یافته های حاصل نشان می دهند که عوامل سیستماتیک داخلی، محیطی و سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر می گذارند. بعلاوه، بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد کارآفرینی رابطه مثبت معناداری برقرار است. تومینن و همکاران^۱ (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان «سرمایه اجتماعی:

¹ Tuominen et al

منبع مزیت رقابتی پایدار برای همکاری های مصرف کننده» به ابعاد مختلف پرداختند. مزیت رقابتی همکاری های مصرف کننده در سالهای اخیر مورد توجه محققان قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی به عنوان مزیت رقابتی برای همکاری محسوب می شود. در این تحقیق به صورت کیفیت ۲۰ مصاحبه بامدیران اجرایی شرکتها، مدیران، و سرپرستان و خرده فروشی فینیش^۱ تحلیل شد. نتایج نشان داد که چندین منبع سرمایه اجتماعی وجود دارد برای همکاریهای مصرف کننده (مانند تعامل و تسهیم یک هویت مشترک). بیشتر اینکه در این تحقیق توضیح داده شد که چگونه منابع سرمایه اجتماعی مزایای استراتژیک که از ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی ایجاد می شود، مهمترین یافته این تحقیق است که سرمایه اجتماعی به همکاری های مصرف کننده کمک می کند برای دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار (تومینن و همکاران، ۲۰۱۳).

استال^۲ (۲۰۰۵) در تحقیقی با عنوان «کارآفرینی سازمانی در سازمان های غیرانتفاعی: اکتشاف عوامل موثر بر تسهیل رفتارهای کارآفرینانه در بین کارکنان» که در ۱۸ سازمان غیرانتفاعی در آمریکا و کانادا انجام شده است، توانمندی های کارکنان و حمایت مدیریت را در این رابطه تأیید نموده است. هیونن و کورولا^۳ (۲۰۰۴) در تحقیقی با عنوان «چگونگی اندازه گیری کارآفرینی سازمانی» که در ۸ سازمان در کشور فنلاند انجام شده است، نقش حمایت ها و تشویق های مدیریت، انگیزش افراد و وجود شفافیت در راهبردها را در راستای گسترش اطلاعات مرتبط با توسعه کارآفرینی سازمانی تأیید کرده اند.

روش پژوهش

این پژوهش به دنبال بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیتهای کارآفرینی در صنایع لبنی شهرستان شهریار می باشد. از لحاظ طبقه بندی تحقیق بر مبنای هدف، این پژوهش کاربردی است. و به لحاظ طبقه بندی بر مبنای روش، این پژوهش یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. در این تحقیق پژوهشگر می کوشد در رابطه با موضوع، آنچه را که هست، توصیف و تفسیر کند و برای انجام بهینه آن به شرایط یا روابط موجود، عقاید متداول، فرآیندهای جاری، آثار مشهود و روندهای در حال گسترش توجه دارد. توجه پژوهشگر در این تحقیق، در درجه اول به زمان حال است. هرچند غالباً رویدادها و آثار گذشته را نیز که به شرایط موجود مربوط می شوند را مورد بررسی قرار می دهد. پیمایش روشی برای بدست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاه ها، باورها، نظرات، رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام تحقیق است. به شکلی رسمی تر می توان پیمایش را چنین تعریف کرد: پیمایش، مجموعه ای از روش های منظم و استاندارد است که برای جمع آوری اطلاعات درباره افراد، خانواده ها و یا مجموعه های بزرگتر، مورد استفاده قرار می گیرد (سکاران، ۱۳۸۱). در این پژوهش سعی پژوهشگر بر این است که با پرسش از یک نمونه منتخب از جامعه آماری، اطلاعات آماری مورد نیاز را جمع آوری نماید. در این تحقیق سرمایه اجتماعی شامل (سرمایه اجتماعی داخلی و خارجی) و فعالیت های کار آفرینانه شامل (نوآوری در خدمات- ریسک پذیری و تجدید استراتژی) می باشد که با استفاده از پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت و سپس در ۵ طبقه با فواصل ۰،۲، طبقه بندی گردید و در مدل مورد استفاده قرار گرفت.

¹ Finnish

² Stull

³ Heinonen & korvela

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مدیران ارشد و کارکنان صنایع لبنی شهرستان شهریار می‌باشد. با توجه به بررسی های صورت گرفته، تعداد اعضای جامعه آماری ۳۰۰۰ نفر می‌باشد. به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است، که اندازه مناسب نمونه برای جامعه با حجم ۳۰۰۰ نفر برابر ۳۴۰ نفر می‌باشد. برای اطمینان از اینکه تعداد پرسشنامه های قابل تحلیل در این تحقیق از ۳۴۰ عدد کمتر نشود، ۳۶۰ عدد پرسشنامه در اختیار اعضای نمونه آماری قرار گرفت که از این تعداد ۳۴۰ عدد پرسشنامه مناسب برای تحلیل در اختیار محقق قرار گرفت. با توجه به اینکه تعداد شرکتهای تولید کننده لبنیات در شهریار تعداد ۱۰ شرکت می باشد تعداد کل پرسشنامه ها به تعداد شرکت ها توزیع شده است یعنی ۳۴ عدد پرسشنامه در هر شرکت لبنی توزیع شده است.

$$n = \frac{NZ\alpha^2 * P(1 - P)}{(N - 1)d^2 + Z^2P(1 - P)} = n = \frac{3000 * 1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{(3000 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)} = 340$$

سوالات پرسشنامه: این بخش از پرسشنامه شامل دو بخش است: سوالات عمومی (جمعیت شناختی) و سوالات تخصصی.

لازم به توضیح است که پیش از توزیع پرسشنامه ها، یک نمونه ۳۰ تایی انتخاب کردیم و در مورد سوالات پرسشنامه فوق اصلاحاتی در مورد برخی ابهامات صورت دادیم. پس از اصلاح نهایی، تعداد ۳۶۰ عدد پرسشنامه توزیع و ۳۴۰ عدد توسط نمونه آماری تکمیل شد که مناسب تحلیل بود.

جدول (۱): مولفه های پرسشنامه

متغیر	مولفه	شاخص	شماره سوالات	منبع
سرمایه اجتماعی داخلی		دستیابی به اهداف مشترک	۱	دای و همکاران (۲۰۱۵) مرروتل (۲۰۱۱) کیوواس (۲۰۱۴)
		تعامل	۲	
		اهداف و آرمان های مشترک	۳	
		روابط نزدیک	۴	
		آسیب زدن به هم	۵	
		اعتماد	۶	
		تسهیم دانش از طریق ارتباطات غیر رسمی	۷	
سرمایه اجتماعی خارجی		تعامل خوب با سایر شرکت ها	۸	دای و همکاران (۲۰۱۵) آدلر و همکاران (۲۰۰۲) لئو و بروتن (۲۰۱۱) ماورر و ابرز (۲۰۰۶)
		نگرش باز همکاران تجاری	۹	
		دستیابی به مشتریان جدید از طریق مشتریان فعلی	۱۰	
		آسیب زدن همکاران تجاری	۱۱	
		روابط صمیمی با همکاران تجاری	۱۲	
		رابطه مبتنی بر اعتماد با همکاران تجاری	۱۳	
		رابطه دوستانه با همکاران تجاری	۱۴	

دای و همکاران (۲۰۱۵) ارسلان و سرهه (۲۰۰۷) هی نن و کرولا (۲۰۰۶)	۱۵	بهینه کردن فرایندهای ارائه خدمات	نوآوری در خدمات	کارآفرینی
	۱۶	ارائه خدمات جدید		
	۱۷	تعامل با کارگزاران بازاریابی		
	۱۸	ایجاد کانالهای بازاریابی		
	۱۹	ارائه ایده های جدید		
دای و همکاران (۲۰۱۵) هی نن و کرولا (۲۰۰۶)	۲۰	توسعه محصولات	قدرت ریسک شرکت	
	۲۱	سرمایه گذاری جدید		
	۲۲	قراردادهای مدیریتی نوین		
دای و همکاران (۲۰۱۵) آنتونستیک و هیسریچ (۲۰۰۳)	۲۳	موقعیت یابی مجدد	تجدید استراتژی	
	۲۴	تغییر تدریجی بازار هدف		
	۲۵	تغییر استراتژی کسب و کار		

$\text{نرخ بازده دارایی} = \frac{\text{خالص درآمد}}{\text{کل دارایی}}$	نرخ بازده دارایی	عملکرد مالی
$\text{بازده حقوق صاحبان سهام} = \frac{\text{خالص درآمد}}{\text{حقوق صاحبان سهام}}$	بازده حقوق صاحبان سهام	
$\frac{\text{سود عملیاتی در دوره } (t-1) - \text{سود عملیاتی در دوره } t}{\text{سود عملیاتی در دوره } t-1}$	رشد سود عملیاتی	

جدول (۲): متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیرهای پژوهش	تعداد سوالات	شماره سوالات
۱	سرمایه اجتماعی داخلی	۷	۱-۷
۲	سرمایه اجتماعی خارجی	۷	۸-۱۴
۳	نوآوری در خدمات	۳	۱۵-۱۹
۴	قدرت ریسک	۳	۲۰-۲۲
۵	تجدید استراتژی	۴	۲۳-۲۶
۶	عملکرد مالی	براساس داده های مالی استخراج شده از صورتهای مالی	

روایی و پایایی پرسشنامه

پایایی به ثبات و همسانی یک مقیاس اشاره می کند. این مفهوم شامل دو جزء است: پایایی بیرونی و پایایی درونی. پایایی بیرونی نشان دهنده یکسانی اندازه ها در آزمون های مکرر با چند آزمون کننده یا چند وسیله اندازه گیری هم شکل و مشابه است که همتا یا موازی نامیده می شود. پایایی درونی عبارتست از یکسانی اندازه ها در آزمون های متعدد با یک وسیله اندازه گیری (تقی زاده، ۱۳۸۶). استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به عنوان یک اندازه همسانی درونی یکی از متداول ترین روشهای سنجش پایایی درونی می باشد. پس از وارد کردن داده ها با استفاده از نرم افزار اسپس اس

ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید. به منظور احراز پایایی پرسشنامه، ابتدا پرسشنامه طیف لیکرت را در یک مرحله آزمایشی بین ۳۰ نفر از پاسخ دهندگان توزیع کردیم و ضریب آلفای کرونباخ این مرحله آزمایشی به طور متوسط برای هر مجموعه از سوالات مربوط به هر مولفه پژوهش محاسبه کردیم. نتایج را در جدول ۳ ارائه کرده ایم. همانطور که مشاهده می شود کلیه ضرائب قابل قبول هستند.

جدول (۳): ضرائب آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی داخلی	۰/۷۴۱
سرمایه اجتماعی خارجی	۰/۷۹۲
نوآوری در خدمات	۰/۸۰۲
قدرت ریسک شرکت	۰/۷۰۱
تجدید استراتژی	۰/۷۷۹

یافته‌ها

ویژگی جمعیت شناختی نمونه آماری

توصیف داده‌های جمعیت‌شناختی در پژوهش‌ها با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی انجام می‌شود. هدف از تجزیه و تحلیل آماری، بررسی چگونگی توزیع نمونه‌های آماری از نظر متغیرهایی چون، جنسیت، سن، تحصیلات و ... است. از ۳۴۰ پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد.

برای توزیع پرسشنامه‌ها از کلیه مدیران ارشد و کارکنان شرکت‌های تولیدکننده صنایع لبنی شهریار که شامل ده شرکت می‌باشد، تعداد ۳۴۰ پرسشنامه بین ده شرکت توزیع گردید که تعداد ۳۴ پرسشنامه به هریک از شرکتها توزیع گردید. پرسشنامه‌ها به صورت کاملاً تصادفی در اختیار آن‌ها قرار گرفت و جمع‌آوری گشت. از بین ۳۴۰ عدد پرسشنامه توزیع شده، همه پرسشنامه‌ها برای پژوهش حاضر قابل استفاده بود که تقریباً مقدار نمونه مورد نیاز برای هدف پژوهش را پوشش می‌دهد. نتایج به دست آمده از آمار جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان در خصوص جنسیت (جدول ۴) نشان می‌دهد که ۲۶۰ نفر (۷۶ درصد) از پاسخ‌دهندگان مرد و فقط ۸۰ نفر (۲۴ درصد) از پاسخ‌دهندگان زن بوده‌اند.

جدول (۴): توزیع فراوانی افراد پاسخ دهنده از نظر جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
زن	۸۰	۲۴	۲۴
مرد	۲۶۰	۷۶	۱۰۰
جمع	۳۴۰	۱۰۰	

توزیع پاسخ‌دهندگان برحسب متغیر تحصیلات را نشان می‌دهد. شواهد پژوهش گویای آن است که کارشناسی بیشترین درصد (۴۴ درصد) و دکتری کمترین مقدار (۳ درصد) را به خود اختصاص داده است.

بررسی نرمال بودن

از آنجاکه نرمال بودن متغیرها، شرط اولیه انجام کلیه آزمون‌های پارامتریک می باشد، قبل از هر چیز لازم است، به بررسی این فرضیه برای متغیر وابسته بپردازیم. فرض صفر و فرض مقابل در این آزمون به صورت زیر نوشته می شود.

H: توزیع داده هانرمال است.

H1: برخلاف فرض صفر.

آزمون کلموگروف- اسمیرنوف برای بررسی فرض صفر به کار رفته است. در این آزمون هرگاه سطح معناداری کمتر از ۵ درصد باشد فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می شود.

جدول (۵): آزمون کلموگروف اسمیرنوف

		سرمایه اجتماعی داخلی	سرمایه اجتماعی خارجی	نوآوری	قدرت ریسک	تجدید استراتژی	عملکرد مالی
تعداد		۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰
Normal arametersa	میانگین	۲,۷۲۸۰	۲,۷۰۰	۲,۹۸۰۰	۲,۷۶۷۰	۲,۸۷۵۰	۱,۲۲۹۰
	انحراف معیار	۱,۲۷۶۵۶	۱,۱۱۱۴۰	۰,۸۹۱۶۹	۰,۹۷۹۸۹	۰,۸۵۱۸۸	۱,۱۶۲۷۵
اختلاف معنادار	مطلق	۰,۱۵۲	۰,۲۴۷	۰,۲۴۲	۰,۲۰۶	۰,۱۷۰	۰,۱۶۱
	مثبت	۰,۱۵۲	۰,۲۴۷	۰,۲۴۲	۰,۲۰۶	۰,۱۷۰	۰,۱۶۱
اختلاف معنادار	منفی	-۰,۱۱۲	-۰,۱۵۵	-۰,۱۵۸	-۰,۱۴۲	-۰,۰۹۳	-۰,۱۴۷
آزمون آماری		.۴۸۰	.۷۸۰	.۷۶۶	.۶۵۲	.۵۳۸	.۵۱۰
سطح معناداری		.۹۷۵	.۵۷۸	.۶۰۰	.۷۹۰	.۹۳۴	.۹۵۷

جدول (۵) نشان می دهد که سطح معناداری محاسبه شده برای متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرضیه صفر تأیید می گردد یعنی توزیع داده ها نرمال است.

مدل معادلات ساختاری

برای بررسی روابط علی بین متغیرها به صورتی منسجم کوشش های بسیاری در دهه اخیر صورت گرفته است. یکی از روش های نوید بخش در این زمینه مدل معادلات ساختاری یا تحلیل چند متغیری با متغیرهای مکنون است (سرمد و همکاران، ۱۳۸۷). معادلات ساختاری یکی از قویترین و مناسبترین روشهای تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری و علوم اجتماعی تجزیه و تحلیل چند متغیره است. زیرا ماهیت اینگونه موضوعات، چند متغیره بوده و نمی توان آنها را با شیوه دو متغیری (که هر بار تنها یک متغیر مستقل با یک متغیر وابسته در نظر گرفته می شود) حل نمود.

ارزیابی ویژگی های فنی مدل اندازه گیری

کیفیت مدل اندازه گیری از سه جنبه مختلف سنجیده و ارزیابی می گردد: پایایی^۱، روایی همگرا^۲، روایی تشخیصی^۳.

پایایی سازه ها و روایی همگرا

برای سنجش پایایی از ضرایب پایایی ترکیبی^۴ (پایایی ترکیبی بزرگتر از ۰,۷)، و آلفای کرونباخ^۵ (آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰,۷) استفاده می شود که در صورت مناسب بودن این ضرایب می توان گفت پرسشنامه پژوهش پایا است. برای تعیین

¹ Reliability

² Convergent validity

³ Discriminant validity

⁴ Composite reliability

⁵ Chronbach's Alpha

روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج شده^۱ استفاده می شود. حداقل میزان قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده ۰,۵ می باشد (آدکوک و کولیر^۲، ۲۰۰۱).

جدول (۶) میزان ضرایب میانگین واریانس استخراج شده، پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ را نشان می دهد.

جدول (۶): نتایج انواع پایایی پرسشنامه و میانگین واریانس استخراج شده

متغیر پژوهش	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
سرمایه اجتماعی داخلی	۰,۸۸	۰,۸۶	۰,۶۳
سرمایه اجتماعی خارجی	۰,۸۶	۰,۸۴	۰,۶۱
نوآوری خدمات	۰,۸۵	۰,۸۱	۰,۵۷۸
قدرت ریسک	۰,۹۲	۰,۸۸	۰,۶۵
تجدید استراتژی	۰,۸۵	۰,۸۳	۰,۶۶

با توجه به جدول (۶) تمامی مقادیر ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی بالای ۰,۷ به دست آمد که نشان دهنده پایایی خوب پرسشنامه پژوهش بود. هم چنین میانگین واریانس استخراج شده سوالات نیز همگی بالای ۰,۵ بودند.

روایی واگرا

به منظور سنجش روایی واگرا، از روایی تشخیصی استفاده می شود. منطق انجام اینکار بر این اصل استوار است که یک متغیر مکنون یا سازه باید دارای واریانس تبیین کننده بیشتر با سنجه ها، یا شاخص ها و متغیرهای مشاهده گر خود در مقایسه با سایر سازه ها در مدل باشد. برای سنجش روایی واگرا از شاخص میانگین واریانس استخراج شده استفاده می شود. بر این اساس شاخص میانگین واریانس استخراج شده باید از واریانس بین آن سازه یا متغیر مکنون با سایر سازه ها یا متغیرهای مکنون بزرگتر باشد برای محاسبه و بررسی روایی واگرا در این پژوهش از روش مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه ها به روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شده است.

جدول (۷): نتایج روایی درون گرا

سرمایه اجتماعی داخلی	سرمایه اجتماعی خارجی	نوآوری خدمات	قدرت ریسک	تجدید استراتژی
۰,۹۲				
۰,۳۵۲	۰,۸۶			
۰,۲۸۴	۰,۴۶۶	۰,۸۱		
۰,۲۲۸	۰,۵۶۹	۰,۱۷۴	۰,۷۴	
۰,۲۲۱	۰,۳۲۰	۰,۱۱۴	۰,۱۲۴	۰,۲۱

با توجه به نتایج در جدول (۷) جذر میانگین واریانس استخراج شده همه متغیرها بزرگتر از همبستگی آنها با سایر متغیرها است بنابراین از بعد روایی واگرا می توان متغیرهای مشاهده شده را قابل قبول دانست.

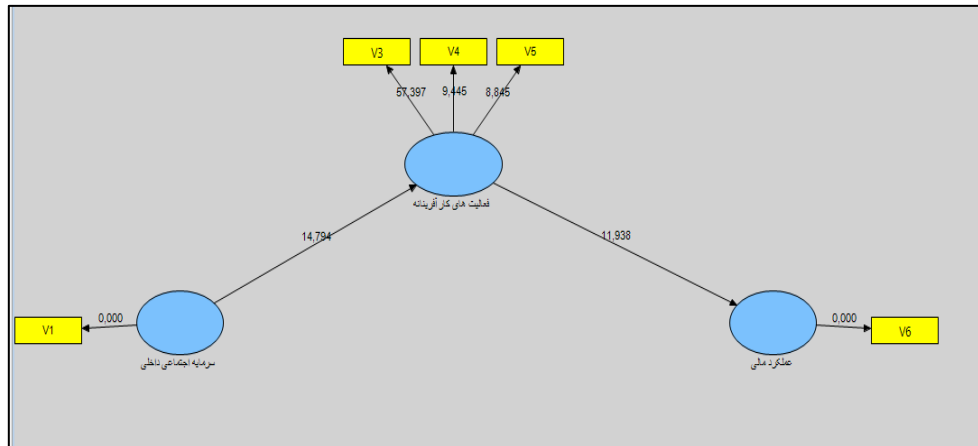
آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه اول پژوهش: سرمایه اجتماعی داخلی با نقش میانجی گری فعالیتهای کارآفرینانه بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

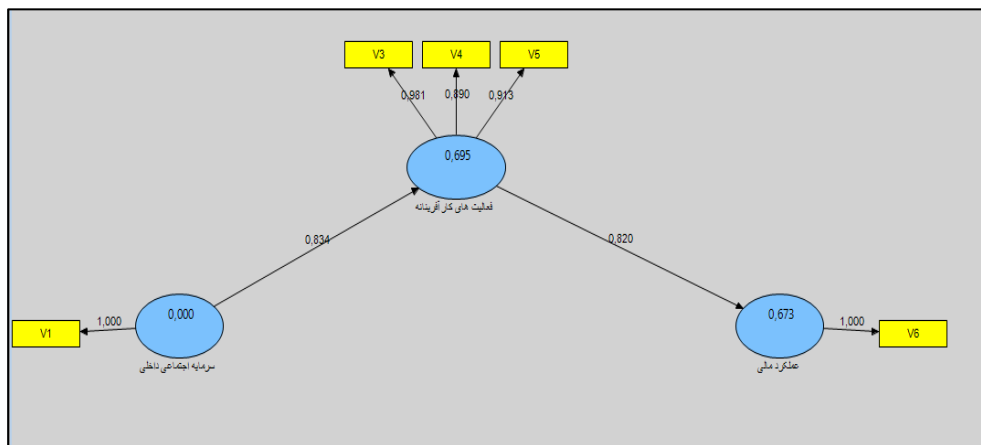
¹ Average variance extracted (AVE)

² Adcock & Collier

شکل (۱): ضرایب معناداری t-value سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیت های کار آفرینانه



شکل (۲): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیت های کار آفرینانه

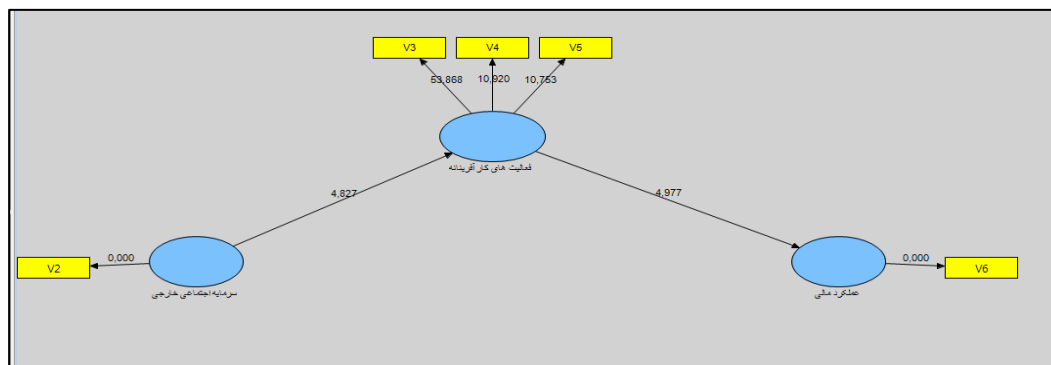


با توجه به شکل (۱) و (۲) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی داخلی و فعالیت های کارآفرینانه بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۱۴,۷۹۴) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر فعالیت های کارآفرینانه و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۱۱,۹۳۸) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۶۸,۳ درصد) پس سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری فعالیت های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.

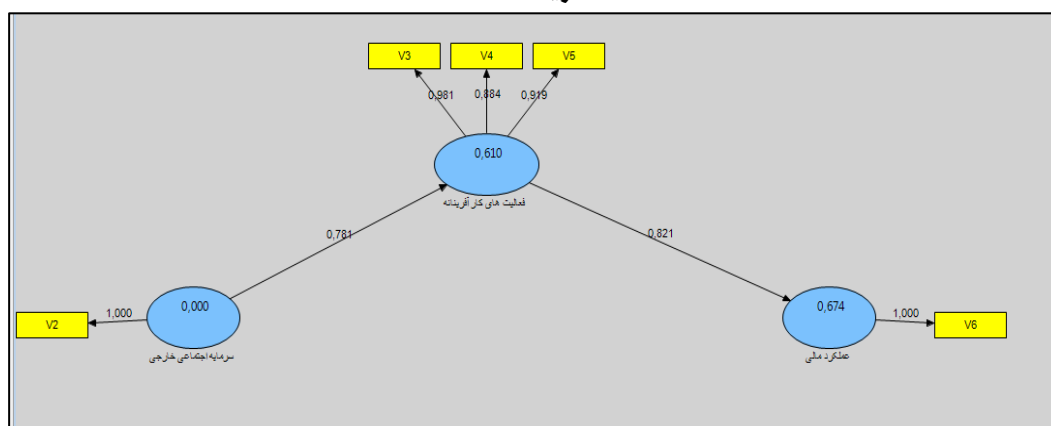
فرضیه اول پژوهش تایید می گردد.

فرضیه دوم پژوهش: سرمایه اجتماعی خارجی با نقش میانجی گری فعالیتهای کارآفرینانه بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

شکل (۳): ضرایب معناداری t-value سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیت های کار آفرینانه



شکل (۴): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیت های کار آفرینانه

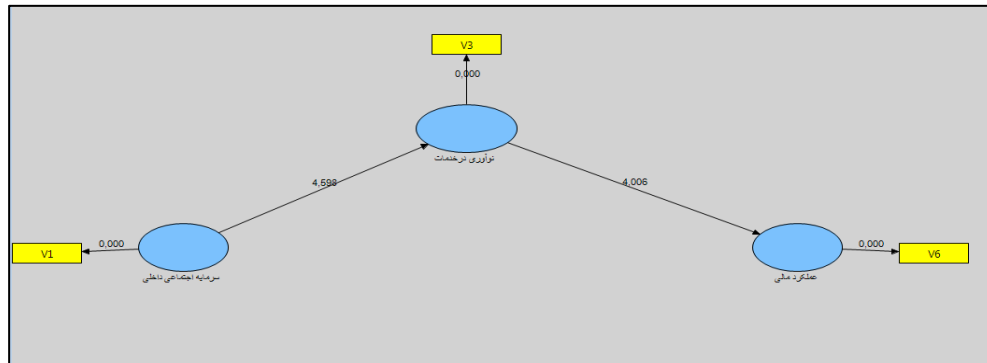


با توجه به شکل (۳) و (۴) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی خارجی و فعالیت های کارآفرینانه بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۴,۸۲۸) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر فعالیت های کارآفرینانه و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۴,۹۷۷) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۶۴ درصد) پس سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری فعالیت های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد. فرضیه دوم پژوهش تایید می گردد.

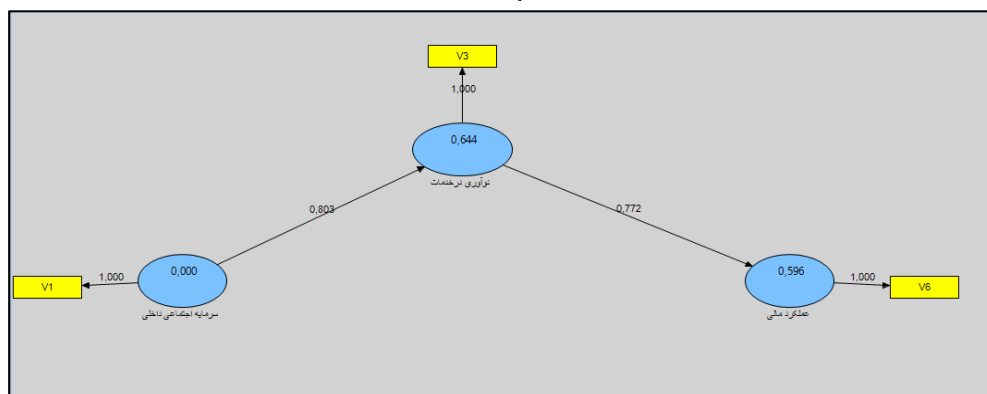
فرضیات فرعی پژوهش

فرضیه اول پژوهش: سرمایه اجتماعی داخلی با نقش میانجی گری نوآوری در خدمات بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

شکل (۵): ضرایب معناداری t-value مقدار سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری در خدمات



شکل (۶): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری در خدمات

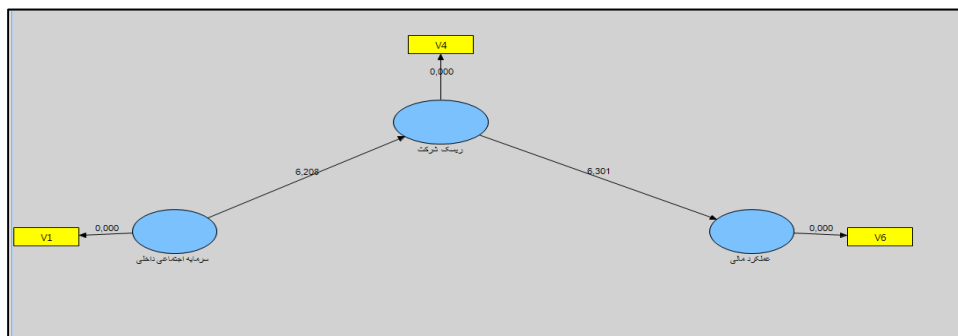


با توجه به شکل (۵) و (۶) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی داخلی و نوآوری در خدمات بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر نوآوری در خدمات و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۴,۰۰۶) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۶۲ درصد) پس سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری نوآوری در خدمات تاثیر مثبت و معناداری دارد.

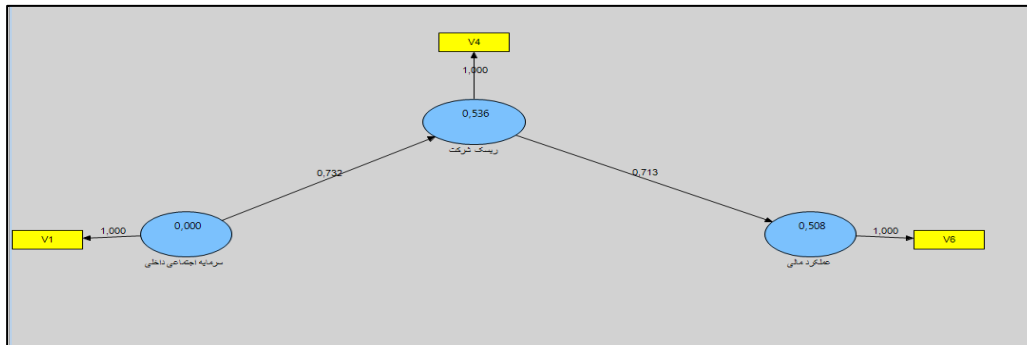
فرضیه اول پژوهش تایید می گردد.

فرضیه دوم پژوهش: سرمایه اجتماعی داخلی با نقش میانجی گری ریسک شرکت بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

شکل (۷): ضرایب معناداری t-value مقدار سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی ریسک شرکت



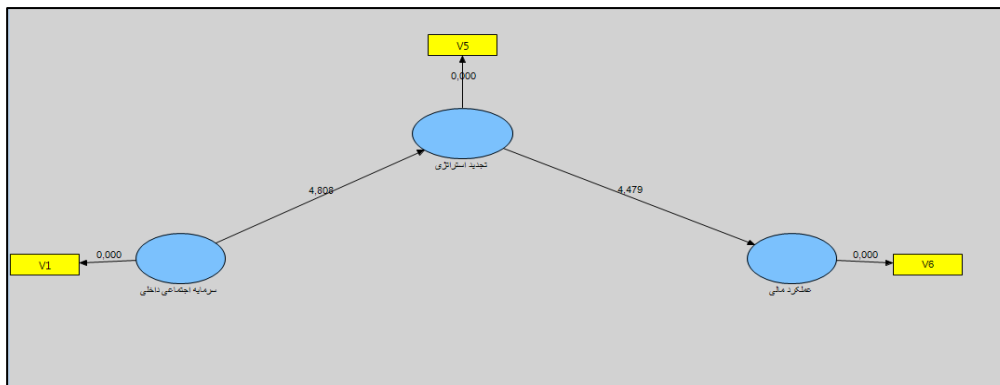
شکل (۸): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی ریسک شرکت



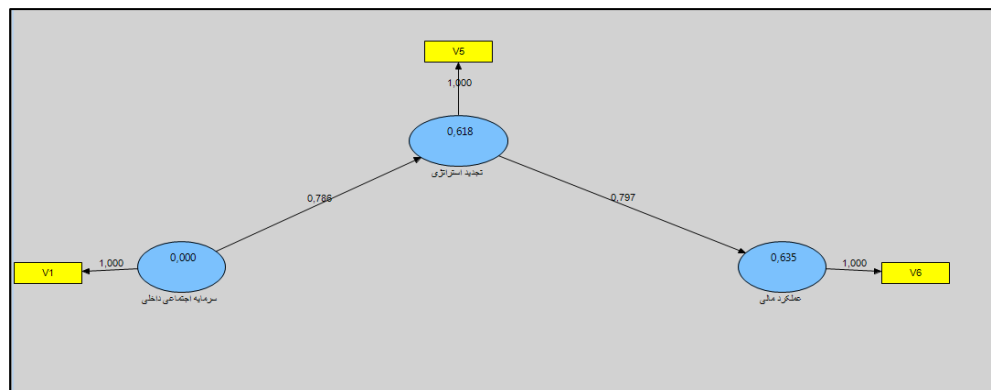
با توجه به شکل (۷) و (۸) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی داخلی و ریسک شرکت بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر ریسک شرکت و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۵۲ درصد) پس سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری ریسک شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم پژوهش تایید می گردد.

فرضیه سوم پژوهش: سرمایه اجتماعی داخلی با نقش میانجی گری تجدید استراتژی بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد. شکل ۹- ضرایب معناداری t-value مقدار سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی تجدید استراتژی



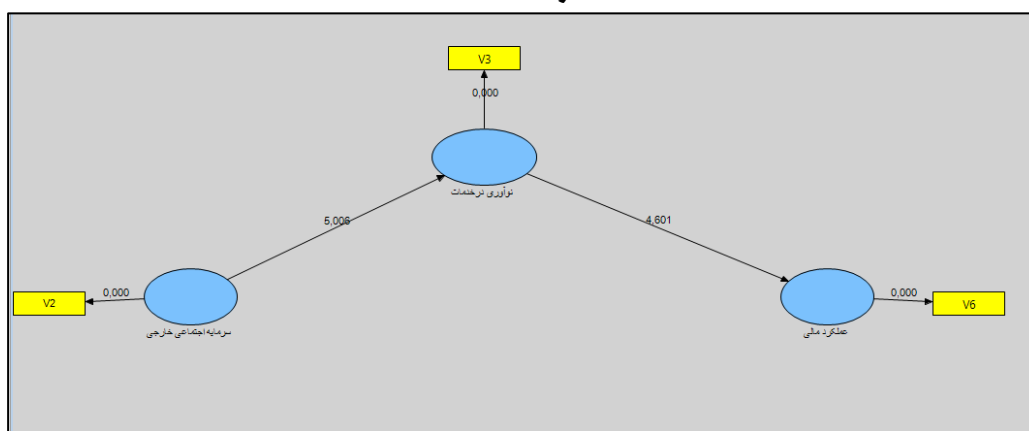
شکل (۱۰): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی تجدید استراتژی



با توجه به شکل (۹) و (۱۰) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی داخلی و تجدید استراتژی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۴,۸۰۸) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر تجدید استراتژی و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۴,۴۷۹) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۶۳ درصد) پس سرمایه اجتماعی داخلی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری تجدید استراتژی تاثیر مثبت و معناداری دارد.
فرضیه سوم پژوهش تایید می گردد.
فرضیه چهارم پژوهش: سرمایه اجتماعی خارجی با نقش میانجی گری نوآوری در خدمات بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

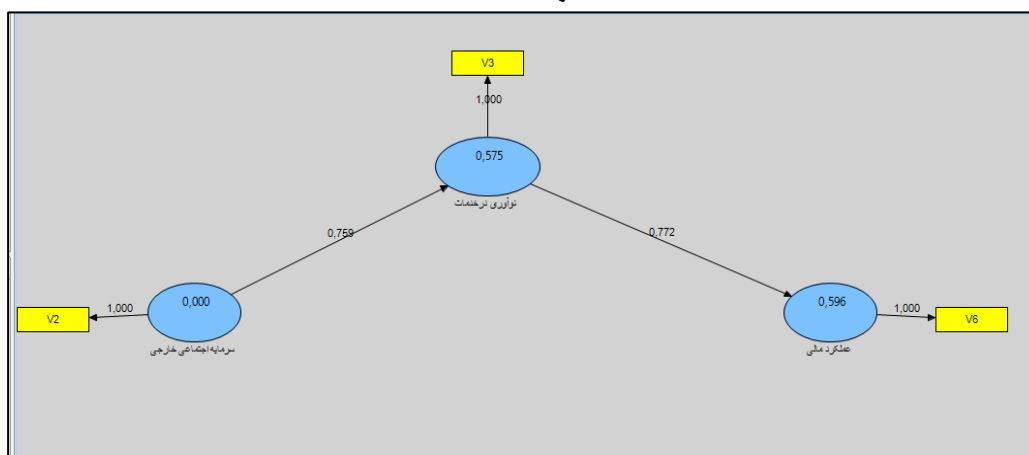
شکل (۱۱): ضرایب معناداری t-value مقدار سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری

در خدمات



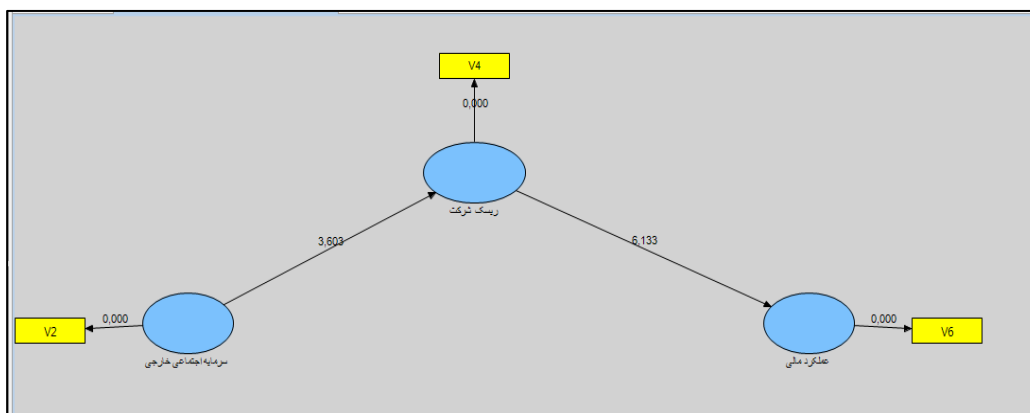
شکل (۱۲): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی نوآوری

در خدمات

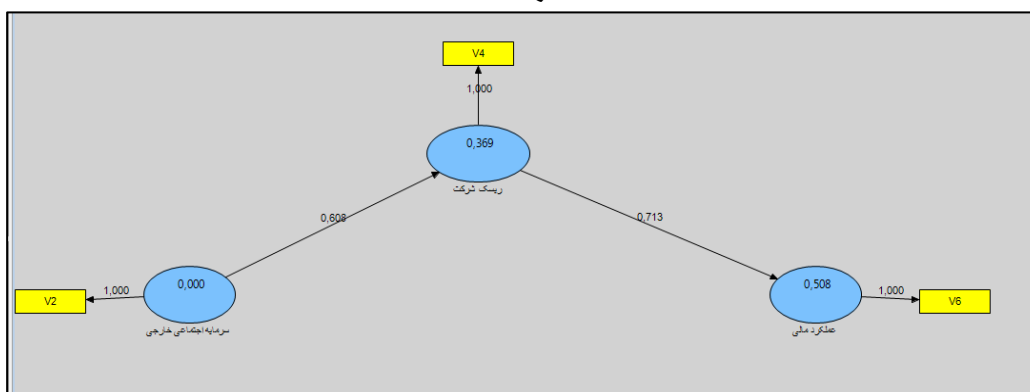


با توجه به شکل (۱۱) و (۱۲) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی خارجی و نوآوری در خدمات بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۵,۰۰۶) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر نوآوری در خدمات و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۴,۶۰۱) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۵۸,۵ درصد) پس سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری نوآوری در خدمات تاثیر مثبت و معناداری دارد.
فرضیه چهارم پژوهش تایید می گردد.

فرضیه پنجم پژوهش: سرمایه اجتماعی خارجی با نقش میانجی گری ریسک شرکت بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.
شکل ۱۳- ضرایب معناداری t-value مقدار سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی ریسک شرکت



شکل (۱۴): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی ریسک شرکت

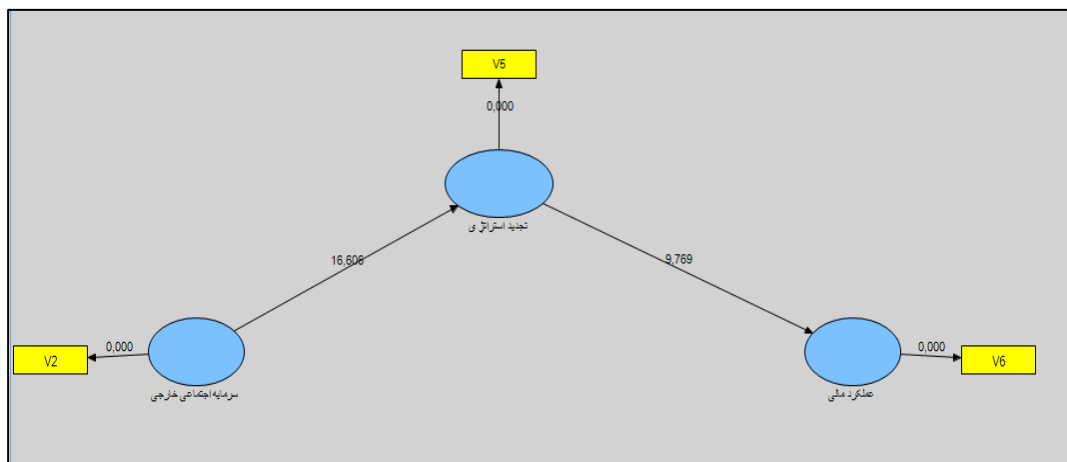


با توجه به شکل (۱۳) و (۱۴) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی خارجی و ریسک شرکت بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۳,۶۰۳) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر ریسک شرکت و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۶,۱۳۲) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۴۳,۳ درصد) پس سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری ریسک شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

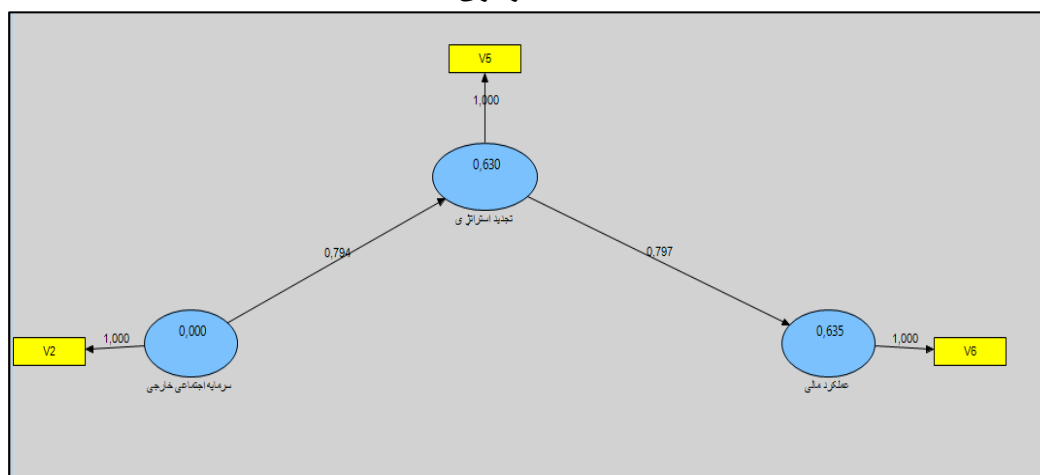
فرضیه پنجم پژوهش تایید می گردد.

فرضیه ششم پژوهش: سرمایه اجتماعی خارجی با نقش میانجی گری تجدید استراتژی بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

شکل (۱۵): ضرایب معناداری t-value مقدار سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی تجدید استراتژی



شکل (۱۶): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی تجدید استراتژی

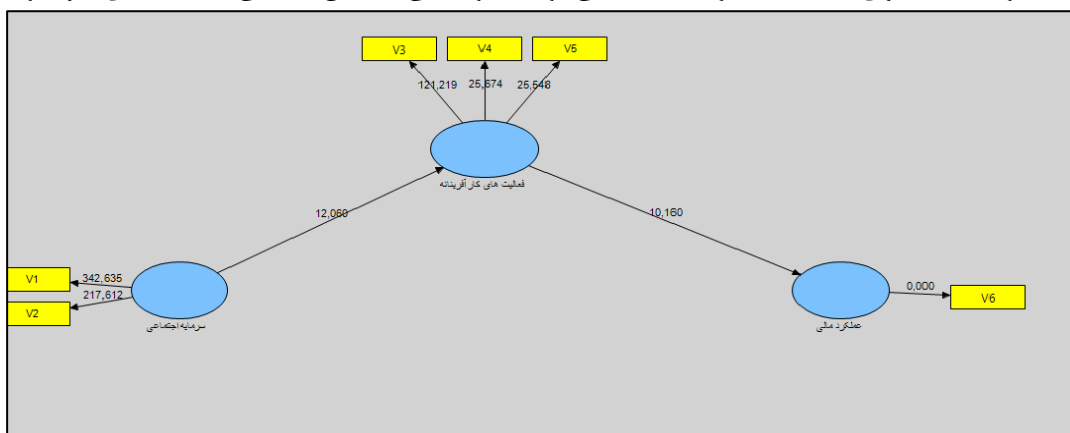


با توجه به شکل (۱۵) و (۱۶) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی خارجی و تجدید استراتژی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۱۶,۶۰۶) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر تجدید استراتژی و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۹,۷۶۹) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیرها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۶۳,۲ درصد) پس سرمایه اجتماعی خارجی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری تجدید استراتژی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

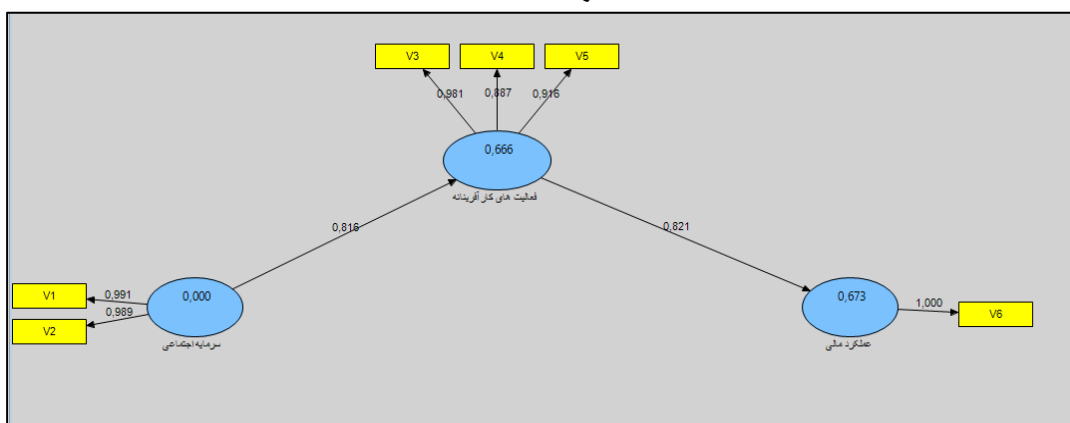
فرضیه ششم پژوهش تایید می گردد.

سرمایه اجتماعی با نقش میانجی گری فعالیتهای کارآفرینانه بر عملکرد مالی تاثیر معناداری دارد.

شکل (۱۷): ضرایب معناداری t-value سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیت های کار آفرینانه



شکل (۱۸): بارهای عاملی استاندارد شده سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی فعالیت های کار آفرینانه



با توجه به شکل (۱۷) و (۱۸) مشخص گردید که ضریب مسیر میان متغیر سرمایه اجتماعی و فعالیت های کارآفرینانه بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۱۲,۰۶۰) بنابراین معنادار می باشد و ضریب مسیر میان متغیر فعالیت های کارآفرینانه و عملکرد مالی بیشتر از (۱,۹۶) بدست آمده است (۱۰,۶۰) بنابراین معنادار است و ضریب بار عاملی (میزان تاثیر) متغیر ها بیشتر از (۰,۳) بدست آمده است (۶۶,۹ درصد) پس سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری فعالیت های کارآفرینانه تاثیر مثبت و معناداری دارد.

برازش مدل مفهومی پژوهش

هدف ازارزیابی برازش کل مدل این است که مشخص شود تا چه حدکل مدل باداده های تجربی مورد استفاده سازگاری و توافق دارد.

مجموعه وسیعی از معیارها وشاخص های برازندگی^۱ وجود دارند که می توانند برای اندازه گیری برازش کل مدل مورد استفاده قرار گیرند. متاسفانه هیچ کدام از این ها در تمام جهات نسبت به بقیه برتری ندارند، زیرا یک شاخص برازندگی خاص بسته به حجم نمونه، روش تخمین، پیچیدگی مدل، مفروضات مربوط به نرمال بودن یا ترکیبی از شرایط فوق به طور متفاوت عمل می کند. ازاین روافرادمختلف بسته به شرایط مدل ممکن است شاخص های مختلفی را برای برازش مدل مورد استفاده قراردهند (کلاتتری، ۱۳۸۸).

^۱ Goodness of Fit

در روش مجذور مربعات جزئی (pls) بر خلاف روش معادلات ساختاری کوواریانسی (lisrer) که روش ها و آزمون های متعددی (۱۲ آزمون) برای برازش مدل نهایی وجود دارد و نرم افزاری مانند لیزرر و آموس آنها را محاسبه می کنند ولی هنوز روش های برازش روش مجذور مربعات جزئی به صورت محدود معرفی گشته است که در ادامه به معرفی این آزمون های برازشی و مقادیر آنها خواهیم پرداخت (عادل آذر، ۱۳۹۰).

معیار R-squares یا R^2

معیار R^2 برای این منظور بکار می رود که نشان دهد آیا متغیر برونزا یا مستقل بر متغیر درونزا یا وابسته تاثیر دارد یا نه. مقادیر در نظر گرفته شده برای این معیار، $0/19$ ، $0/33$ و $0/67$ هستند. که بیانگر مقادیر به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی می باشند (عادل آذر و همکاران، ۱۳۹۰).

معیار اندازه تاثیر یا f^2

این معیار رابطه بین سازه های مدل را تعیین می کند. و برای تحلیل رابطه از R-squares کمک می گیرد (کوهن، ۱۹۸۸).^۱ مقادیری که کوهن برای آن پیشنهاد نموده است عبارتند از: $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ می باشند. که به ترتیب نشان از تاثیر کوچک، متوسط و بزرگ دارند.

معیار Q^2 یا استون - گیزر

این معیار قدرت پیش بینی مدل را مشخص کرده و توسط استون و گیزر معرفی شده است. مقادیر مناسب برای این معیار به ترتیب برابر با $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ بوده که نشان دهنده قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه های برون زای مدل را دارد.

برازش مدل کلی با معیار GoF

این معیار توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۴) معرفی گردیده است که برای برازش کلی مدل کاربرد دارد بدین معنی که اگر مقادیر ملاک آن یعنی $0/25$ و $0/67/36$ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر بگیریم معلوم می گردد که مدل دارای برازش مناسب است یا خیر.

جدول (۸): نتایج آزمون های برازشی مدل نهایی پژوهش

وضعیت برازش	مقدار آزمون	نوع آزمون
متوسط	۰,۴۵۷ - ۰,۶۴۲ - ۰,۵۱۶	ضریب تعیین یا R^2
قوی	۰,۳۹۹ - ۰,۶۱۷ - ۰,۴۷۳	معیار اندازه تاثیر یا f^2
متوسط	۰,۴۲ - ۰,۶۲۵ - ۰,۴۹	معیار Q^2 یا استون - گیزر
متوسط	۰,۴۷۵	برازش مدل کلی با معیار GoF

بحث و نتیجه گیری

سازمان هایی که در توسعه منابع انسانی سرمایه گذاری می کنند، نمی توانند نقش مهم سرمایه اجتماعی را نادیده بگیرند. اهمیت پرداختن به موضوع سرمایه اجتماعی معرفی مفاهیم و موضوعات نقش کاربردی آن در توسعه و انواع آن است و

¹ Cohen

این امر می تواند عملکرد موثری که وجود سرمایه اجتماعی میان سازمان ها، درون سازمان ها و بین سازمان ها را بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به همراه داشته باشد. پژوهش حاضر به بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی با نقش میانجی گری فعالیت های کار آفرینانه شرکت های تولیدکننده لبنیات شهریار می باشد. در قلمرو مدیریت و علوم رفتاری هیچ گاه نمی توان به پژوهشی پرداخت که صددرصد علمی باشد. علت این امر در وهله نخست، وقوع مشکلاتی است که در هنگام اندازه گیری و گردآوری داده ها در زمینه های ذهنی همچون احساسات، عواطف، نگرش ها و برداشت ها پدید می آید. از مواردی که می توان از آن به عنوان محدودیتی در انجام پژوهش یاد کرد، گردآوری داده ها با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. هرچند که در حوزه علوم مدیریت، استفاده از ابزار پرسشنامه در جمع آوری داده ها و اطلاعات بسیار رایج است، اما این واقعیت موجب چشم پوشی از محدودیت های ابزاری همچون پرسشنامه نمی شود. محدودیت های این پژوهش تا حدود زیادی مشابه محدودیت ها و مشکلات کارهای پژوهشی در ایران است، که اهم این مسائل فقدان منابع معتبر داخلی، فقدان اعتماد پاسخگویان، بی اعتمادی و عدم اعتقاد به این که اصولاً کارهای پژوهشی متمر ثمر باشد که برخی از این محدودیت ها باعث شد تا تعدادی از پرسشنامه های توزیع شده به صورت ناقص پاسخ داده شود و یا به طور کلی برگشت داده نشود هم چنین موانع و محدودیت هایی که محقق در انجام این پژوهش با آن مواجه شده است به شرح زیر می باشد:

- محدودیت های غیرقابل کنترل.
- محدودیت های قابل کنترل.

محدودیت های غیرقابل کنترل

حاکم نبودن روحیه پژوهش در میان مشتریان و محافظه کاری بیش از حد آنان در پاسخگویی به سوالات، بی دقتی در تکمیل پرسشنامه از سوی برخی از مشتریان به علت کمبود وقت، ضعف وجود فرهنگ جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه، ضعف همکاری کامل پاسخ دهندگان، ضعف پاسخگویی به تمام سوالات مرتبط با متغیرهای دموگرافیک توسط پاسخ دهندگان، کمبود زمان جهت توسعه بیشتر تحقیق، آشنا نبودن برخی پاسخ دهندگان با اهداف علمی تحقیق و دادن پاسخهای ن مرتبط.

محدودیت های قابل کنترل

علیرغم تمهیدات لازم و پیگیری های مستمر و صرف زمان بسیار، تمام پاسخنامه های توزیع شده تکمیل و دریافت نشد و برای جبران، پرسشنامه های دیگر توزیع گردید. به طور کلی مقایسه و تعمیم پذیری گسترده اغلب در کار به سختی حاصل می شود. افزون بر این، در پژوهش علمی تا وقتی که در طرح خود بتوانیم تا اندازه ای به هدفمندی، استحکام و حداکثر آزمون پذیری، تکرارپذیری، تعمیم پذیری، عینیت، صرفه جویی، دقت و اعتماد دست یابیم، راه دشواری را باید بپیماییم.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه اول پیشنهاد می شود که: ایجاد شور و اشتیاق در کارکنان در جهت دستیابی به اهداف مشترک شرکت، ایجاد تعامل مناسب و خوب با شرکت های فعال در بخش لبنی شهرستان شهریار، ارائه خدمات در زمینه پاسخگویی به نیازهای آتی مشتریان، ارائه خدمات جدید در زمینه محصولات جدید.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه دوم پیشنهاد می شود که: ایجاد کانال های غیر رسمی در بخش های مختلف جهت تسهیم و انتقال دانش و اطلاعات، ایجاد اعتماد در بین همکاران بخش های مختلف شرکت، ایجاد کانال های بازاریابی

جهت دستیابی به مشتریان جدید، ارائه ایده های جدید در زمینه محصولات و خدمات، توسعه فعالیت های جدید و جذب بیشتر مشتریان، تسریع در خدمت رسانی ارباب رجوعان.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه سوم پیشنهادی شود که: ایجاد ارمان و اهداف مشترک میان کارکنان شرکت، با وضع اصول و ارزشهای بنیادی در میان گروه های کاری خود، سبب شناخت شخصیت و هویت در میان کارکنان و سبب ارتقا سرمایه اجتماعی در درون سازمان بشوند، ایجاد موقعیت مطلوب در بازار و دستیابی به بازارهای بیشتر، ایجاد سیستم های تشویقی برای همکاریهای بیشتر، تغییر بازار هدف در جهت افزایش خدمات و محصولات.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه چهارم پیشنهادی شود که: ایجاد تعامل مناسب با سایر شرکتهای تولید کننده لینیات، ایجاد تعامل با رقبا جهت دستیابی به مشتریان.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه پنجم پیشنهادی شود که: ایجاد ارتباط مناسب با رقبا، جذب سرمایه گذاران جهت افزایش فعالیت های شرکت و راه اندازی محصولات جدید، داشتن روابط دوستانه با مشتریان جهت حفظ مشتریان فعلی، توسعه فعالیت های جدید و جذب بیشتر مشتریان از طریق رقبا.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه ششم پیشنهاد می شود که: ایجاد کانال های ارتباطی با مشتریان جهت دسترسی به مشتریان جدید، افزایش استراتژی های بازاریابی جهت دست یابی به اهداف شرکت، تغییر ساختار در جهت منافع و اهداف اساسی شرکت.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه هفتم پیشنهادی شود که: استفاده از نیروهای سازمانی جهت ایجاد خدمات بهینه و جدید، افزایش استراتژی های بازاریابی جهت دست یابی به بازار محصولات لینی، تغییر ساختار سازمان در جهت اهداف و رضایت کارکنان، دلبسته کردن کارمندان به سازمان از طریق ایجاد مداخله در تصمیم گیری های سازمان، تفویض اختیارات به کارمندان و ایجاد محیط مناسب جهت هم فکری مدیران و کامندان.

باتوجه به نتایج حاصل از فرضیه هشتم پیشنهادی شود که: استفاده از رقبا جهت کانال های ارتباطی و معرفی مشتریان جدید به شرکت، هم جهت نمودن استراتژی های سازمان در جهت استراتژی های رقبا جهت تعاملات سازنده، فراهم کردن فرصت های آموزشی برای کارکنان سازمان در راستای توسعه قابلیت های حرفه ای آنها به ویژه با تأکید بر ایجاد و تقویت مهارت های ارتباط فردی و گروهی افراد.

از آنجاییکه این پژوهش نشان داد بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با نقش میانجی گری فعالیت های کارآفرینانه می باشد. بررسی سرمایه اجتماعی با نقش میانجی گری کیفیت خدمات و بررسی متغیرهای دیگر سرمایه اجتماعی می تواند برای تحقیقات آتی مورد بررسی قرارگیرد. علاوه بر آن این پژوهش می تواند در سایر صنایع مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- ✓ ابوالعلائی، بهزاد، (۱۳۹۲)، مدیریت عملکرد، راهنمای مدیران برای ارزیابی و بهبود عملکرد کارکنان، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- ✓ احمد پورداریانی، محمود، (۱۳۸۹)، کارآفرینی: تعاریف، نظرات و الگوها، تهران: انتشارات جاجرمی، چاپ اول.
- ✓ ادیب، حسین، گل اور، مرتضی، (۱۳۹۲)، ارزیابی تعالی سازمانی شرکت ملی گاز ایران براساس مدل EFQM مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و سوم، شماره ۷۰، صص ۲۵-۴۶.
- ✓ باورصاد، بلقیس، گنجعلی، سمیه، رحیمی، فرج اله، مهرابی، علی، (۱۳۹۵)، الگوی فرآیندی ارتقای عملکرد مالی شرکت براساس تولید به هنگام، چابکی و مدیریت کیفیت جامع، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۲۷، صص ۱۰۷-۱۲۳.

- ✓ پیران، محمد، شوقی، بهزاد، آقاجانی، طهمورث، رضازاده، آرش، دهقان نجم آبادی، عامر، (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته گری، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، سال ۲، شماره ۱، صص ۱۶۳-۱۸۲.
- ✓ تقی زاده، رحیم، فکرت، مریم، (۱۳۹۵)، تأثیر گرایش به کارآفرینی و عملکرد مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط استان آذربایجان غربی، دوره ۲۳، شماره ۸۸، صص ۲۳۱-۲۵۲.
- ✓ توکلی، عبدالله، عزیزپور لینی، عبدالصمد، رضایی، الهام، میرزایی، اشرف، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مؤلفه های سرمایه فکری (مورد مطالعه: اداره کل امور مالیاتی استان قم)، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۲۶۵-۲۸۷.
- ✓ جعفرنژاد چقوشی، احمد، فیض بخش توانا، علی، (۱۳۹۳)، بررسی ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری بر عملکرد مالی شرکت های فعال در گمرکات بندر انزلی، دومین همایش ملی رویکردی بر حسابداری، مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فومن و شفت.
- ✓ حبیب زاده، اصحاب، بیجاری، علی اکبر، (۱۳۹۵)، نقش سرمایه اجتماعی در یادگیری سازمانی کارکنان دانشگاه علوم انتظامی امین، مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۰۳-۱۳۴.
- ✓ خانلری، امیر، سبزه علی، رضوان، (۱۳۹۳)، بررسی رابطه یادگیری سازمانی و عملکرد مالی از طریق فرآیند نوآوری در شرکت های صنعتی گلپایگان، مدیریت بازرگانی، دوره ۶، شماره ۴، صص ۷۷۳-۷۹۰.
- ✓ خداداد حسینی، سیدحمید، فتحی، سعید، الهی، شعبان، (۱۳۸۵)، طراحی الگوی تأثیر فناوری اطلاعات بر سنجش های عملکرد مالی با رویکرد فرا تحلیل، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۴۶، صص ۶۱-۸۳.
- ✓ دهقانان، حامد، هرندی، عطاءاله، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش (مطالعه موردی شرکت های دانش بنیان ایرانی فعال در حوزه ی فناوری اطلاعات)، فصلنامه ی مدیریت نوآوری، سال سوم، شماره ۱، صص ۱-۲۲.
- ✓ رجائی پور، سعید، چوپانی، حیدر، زارع خلیلی، مجتبی، غلام زاده، حجت، کاظم پور، مریم، (۱۳۹۲)، نقش سرمایه اجتماعی در گرایش به نوآوری کارکنان در شرکت سهامی بیمه معلم، فصلنامه ی مدیریت و توسعه، دوره ۲۶، شماره ۱، صص ۱۶۱-۱۸۹.
- ✓ شهرام نیا، امیرمسعود، ابراهیمی پور، حوا، محموداوغلی، رضا، ملکان، مجید، (۱۳۹۶)، سنجش تأثیر شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران، جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و هشتم، شماره ۱، صص ۱۹-۳۲.
- ✓ حیدرپور، فرزانه، میرسپاسی، ناصر، آزادی، حامد، (۱۳۹۲)، نقش سرمایه اجتماعی بر روی عملکرد مالی شرکتهای بیمه، دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی حکیم جرجانی.
- ✓ علم بیگی، امیر، ملک محمدی، ایرج، مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۹۳)، تحلیل عاملی مولفه های فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی مرتبط با توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی ایران، مجله اقتصاد و توسعه کشاورزی، دوره ۲۳، شماره ۱، صص ۱-۱۰.
- ✓ غیاثی ندوشن، سعید، امین الرعایا، احسان، (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری بر میزان بهره وری منابع انسانی، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و پنجم، شماره ۸۰، صص ۱۸۳-۲۰۹.
- ✓ فاضلی، نقی، احمدی، سید جلال، (۱۳۹۴)، نقش سرمایه فکری در رضایت و نگهداشت کارکنان، فصلنامه مطالعات منابع انسانی، دانشکده مدیریت دانشگاه هوایی شهید ستاری، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۹۵-۱۲۰.

- ✓ قرایی خضری، مریم، زاهدی فر، حسن، (۱۳۹۵)، تأثیر انگیزش درونی و برونی در محیط های مختلف، همایش بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران.
- ✓ قرایی، فریبا، عباس زاده، شهاب، آبرون، علی اصغر، (۱۳۹۳)، بررسی اثر مرکزیت مسجد محله بر میزان مشارکت های مذهبی ساکنین، ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهری با تأکید بر مؤلفه های شهر اسلامی.
- ✓ قزل، علیرضا، رمضان، مجید، زاهدی، محمدرضا، (۱۳۹۲)، ارائه چارچوب مفهومی برای اندازه گیری سرمایه ساختاری در دانشگاه، رشد فناوری اطلاعات، فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، سال دهم، شماره ۳۷، صص ۵۳-۶۳.
- ✓ کریمی موغاری، زهرا، ابونوری، اسماعیل، زبیری، هدی، (۱۳۹۳)، تحلیل فازی انسجام اجتماعی و رابطه آن با توسعه اقتصادی، تحقیقات اقتصادی، دوره ی چهل و نهم، شماره ۳، صص ۶۲۱-۶۴۳.
- ✓ کشاورز، اعظم، (۱۳۹۴)، شناسایی مؤلفه های سرمایه اجتماعی به منظور ارائه مدلی مناسب جهت ارتقاء آن در شرکت های تعاونی استان بوشهر، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بوشهر.
- ✓ مجیبی میکلائی، تورج، ایمان، نیلوفر، عرب، وحید، (۱۳۹۱)، ارزیابی عملکرد سازمان آموزش و پرورش استان مازندران براساس مدل EFQM پژوهشگر، فصلنامه مدیریت، سال نهم، صص ۱۰۳-۱۱۲.
- ✓ محمودی، احمد، هنری، حبیب، اسلامی، ایوب، (۱۳۹۵)، نقش مدیریت ارتباط با مشتری در وفاداری مشتریان به مراکز تفریحی مشتریان، مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۲۶، صص ۱۸۹-۲۰۸.
- ✓ مقیمی، سیدمحمد، (۱۳۹۳)، عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های بخش خدمات اجتماعی و فرهنگی دولتی ایران، فصلنامه فرهنگ مدیریت، سال دوم، شماره ۷، صص ۲۷-۷۸.
- ✓ منوچهری، سمیه، امانی، ریزان، (۱۳۹۴)، تجزیه و تحلیل نقش گرایش به کارآفرینی بر عملکرد مالی در شرکتهای خدماتی شهرستان سنندج.
- ✓ مهربان فر، احسان، آغاز، عسل، (۱۳۹۲)، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تسهیم مؤثر دانش کارکنان شرکت نفت و گاز پارس، مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، سال ششم، شماره ۲۱، صص ۱۰۹-۱۳۲.
- ✓ ناهید، مجتبی، (۱۳۹۵)، چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه، بررسی های بازرگانی، دوره ۷، شماره ۳۷، صص ۳۹-۵۸.
- ✓ نصرافهانی، علی، انصاریف محمد، اسماعیل، شائمی برزکی، علی، آقا حسینی، حسین، (۱۳۹۰)، بررسی سرمایه اجتماعی سازمان در سازمان های خدماتی استان اصفهان (با رویکرد آموزه های مدیریت در آثار سعدی)، جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و دوم، شماره ۱، صص ۱۰۷-۱۳۴.
- ✓ هرندی، عطاءاله، (۱۳۹۳)، تبیین نقش سرمایه اجتماعی و انتقال دانش در یادگیری سازمانی شرکت های دانش بنیان، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، سال اول، شماره ۴، صص ۱۶۱-۱۸۲.
- ✓ هنرور، محسن، پاسیان خمیری، رضا، طراوت، محدثه، (۱۳۹۴)، ارزیابی مؤلفه های سرمایه اجتماعی در شهر ایرانی از دریچه متون کهن ادبیات فارسی، مرکز پژوهشی هنر معماری و شهرسازی نظر، سال دوازدهم، شماره ۳۳، صص ۴۱-۵۸.
- ✓ وفایی، فرهاد، شافعی، رضا، (۱۳۹۵)، بررسی نقش عوامل سازمانی در افزایش کارآفرینی شرکت های صنعتی کوچک، دوره ۱۴، شماره ۴، صص ۲۳۳-۱۵۷.
- ✓ ویسه، مهدی، نصرالهی وسطی، سیمین، (۱۳۹۴)، تأثیر سرمایه اجتماعی بر ایجاد خلاقیت در دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان مدیریت دانشگاه ایلام)، اسلام و مطالعات اجتماعی، سال سوم، شماره ۳، صص ۱۲۱-۱۴۴.

- ✓ یدالهی فارسی، جهانگیر، (۱۳۹۴)، مدیریت و ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی، فصلنامه فرهنگ مدیریت، شماره ۱، صص ۱۲۹-۱۵۰.
- ✓ مصلی نژاد، عباس، (۱۳۹۶)، سرمایه اجتماعی و خود اتکایی راهبردی در فرآیند توسعه و نوسازی ملی، فصلنامه ژئوپلتیک، سال سیزدهم، شماره دوم، صص ۶۷-۹۲.
- ✓ افشار، مصطفی، زمانی عموقین، رامین، (۱۳۹۳)، تبیین ارتباط شاخص های ارزیابی عملکرد و رتبه عملکردی با رشد شرکت، مجله پیشرفت های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره ششم، صص ۱-۲۸.
- ✓ ابراهیمیان، ملیحه، محمد پور، حاجی جمهوری، (۱۳۹۶)، بررسی عوامل تعیین کننده ارزش برند در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله علمی تخصصی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، سال دوم، شماره ۲۲، صص ۷۵-۸۵.
- ✓ مشهدی محمودی، فهیمه، رزقی شیر سوار، هادی، (۱۳۹۶)، شناسایی والویت بندی مولفه های کارآفرینی سازمانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با رویکرد تحلیل سلسله مراتبی (مورد مطالعه: ساختمان ستادی شهر تهران، فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، دوره ۶، شماره ۱۹، صص ۱۵-۳۳.
- ✓ Ahrweiler, M. and T. Keane. (2013). Innovation networks, *Mind & Society*, Vol.12, No.1, pp. 73-90.
- ✓ Alguezaui, S., & Filieri, R. (2013). Investigating the role of social capital in innovation: sparse versus dense network. *Journal of Knowledge Management*, 14(6), 891-909.
- ✓ Amado, C., A., F., Santos, S., P., Marques, P., M., (2012). Integrating the Data Envelopment Analysis and the Balanced Scorecard approach for enhanced performance assessment. *Omega*, 40. Pp. 390-403.
- ✓ Anderson, A. (2015), "Conceptualising entrepreneurship as economic 'explanation' and the consequent loss of 'understanding'", *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 14 No. 2, pp. 145-157.
- ✓ Antoncic, B. (2007). "Intrapreneurship: a comparative structural equation modeling study". *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 107, No. 3, pp. 309-325.
- ✓ Barron, A., Pereda, A., & Stacey, S. (2016). Exploring the performance of government affairs subsidiaries: A study of organization design and the social capital of European government affairs managers at Toyota Motor Europe and Hyundai Motor Company in Brussels. *Journal of World Business*.
- ✓ Chen, J., & Lovvorn, A. (2011). The speed of knowledge transfer within multinational enterprises: the role of social capital. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 46-62.
- ✓ Ciprain, G., Valentin, R (2012). " Elaboration of accounting financial report on structural capital ", *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol 62 Iss, 2. pp. 706-710.
- ✓ Clarke, R., Chandra, R., & Machado, M. (2016). SMEs and social capital: exploring the Brazilian context. *European Business Review*, 28(1), 2-20.
- ✓ Cleary, P (2015). "An empirical investigation of the impact of management accounting on structural capital and business performance", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 16 Iss 3 pp. 566 -586.
- ✓ Clopton, Aaron W. (2011). Social capital and team performance. *Team Performance Management*, 17(7/8), 369-381.
- ✓ Cravens, K., S., Oliver, E., G., Stewart, J., S., (2010). Can a positive approach to performance evaluation accomplish your goals? *Kelley School of Business*, 53. Pp. 269-279.

- ✓ Dai, W. D., Mao, Z. E., Zhao, X. R., & Mattila, A. S. (2015). How does social capital influence the hospitality firm's financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 42-55.
- ✓ Durken, T. (2015). Entrepreneurial Behaviour amongst Larger Companies in the New Zealand Retail Sector – An Investigation into The Value of Corporate Entrepreneurship, A research project submitted in partial fulfilment of the degree of Master of Business Innovation and Entrepreneurship at Unitec New Zealand.
- ✓ Ellinger, A. E., Musgrove, C. C. F., Ellinger, A. D., Bachrach, D. G., Baş, A. B. E., & Wang, Y. L. (2013). Influences of organizational investments in social capital on service employee commitment and performance. *Journal of Business Research*, 66(8), 1124-1133.
- ✓ Erdem, k. (2013). "The Impact of Social Capital on Managerial Reputation Erdem Kirkbesoglu". *Social and Behavioral Sciences*, 99, 439-445.
- ✓ Ferris, S. P., Javakhadze, D., & Rajkovic, T. (2017). The international effect of managerial social capital on the cost of equity. *Journal of Banking & Finance*, 74, 69-84.
- ✓ Fry, F., (2003), *Entrepreneurship: A Planning Approach*, Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall.
- ✓ Gooderham, P. Minbaeva, Dpedersen, T (2007). "Initiating Social capital for knowledge Transfer in the Multinational corporation" available at <http://uk.cbs.dk/content/view/full/42115>.
- ✓ Hasanah, T. (2015). Potential Social Capital of Indonesian Immigrant in Malaysia: A Preliminary Research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211(25), 383-389.
- ✓ Heinonen, J., Korvela, K. (2006). How about measuring Intrapreneurship? Small Business Institute Turku School of Economics and Business Administration, Finland.
- ✓ Jonker, J. & Eskildsen, J. (2009). *Management models for the future*. Springer, Verlag Berlin Heidelberg.
- ✓ Julia M. Puaschunder , (2017), Socio-Psychological Motives of Socially Responsible Investors, in Kose John , Anil K. Makhija , Stephen P. Ferris (ed.) *Global Corporate Governance (Advances in Financial Economics, Volume 19)* Emerald Publishing Limited, pp.209 – 247.
- ✓ Kianto, A., Hurmelinna-Laukkanen, p., & Ritala, P. (2010). Intellectual capital in service- and product-oriented companies. *Journal of Intellectual Capital*, 11(3), 305 - 325.
- ✓ Kollermeier, T. (2012). Entereprenurship and Transition, In I.MacMillam &s. Birley(eds) "International perspectives on Entrepreneurial Research".
- ✓ Kuratko, D.F & Hornsby, J.S & Zahra, S. (۲۰۰۹). Middle managers, perception of the internal environment for corporate Entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of business venturing*.
- ✓ Lefebvre, V. M., Sorenson, D., Henchion, M., & Gellynck, X. (2016). Social capital and knowledge sharing performance of learning networks. *International Journal of Information Management*, 36(4), 570-579.
- ✓ Looman, W. S. and Shewikar, F. (2009). Psychometric properties and cross-cultural equivalence of the Arabic Social Capital Scale: instrument development study. *International Journal of Nursing Studies*, 46 (1): 44-53.
- ✓ Maung Min, Francois Desmoulins-Lebeault, Mark Esposito, (2017) "Should pharmaceutical companies engage in corporate social responsibility?", *Journal of Management Development*, Vol. 36 Issue: 1, pp.58-70,
- ✓ Maurer, I., Bartsch, V., & Ebers, M. (2011). The Value of Intra-organizational Social Capital: How it Fosters Knowledge Transfer, Innovation Performance, and Growth. *Organization Studies*, 32(2), 157-185.
- ✓ Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. C. (2008). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. South-Western/Thomson Publishers.

- ✓ Park, Hihong (2006). "The Role of trust on knowledge creation In a virtual organization: A social capital perspective, *Journal of Knowledge management practice*", vol. 7, Nol.4.
- ✓ Parker, S. (2009). *Intrapreneurship or entrepreneurship?* Richard Ivey School of Business. London: University of Western Ontario. Available at: www.sciencedirect.com.
- ✓ Ricardo Chalmeta, Henna Viinikka, (2017) "Corporate philanthropy communication on donor websites", *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, Vol. 15 Issue: 01, pp.53-73.
- ✓ Rymysza, M (2015). "The role of social enterprises in shaping social bonds", *International Journal of Social Economics*, Vol. 42 Iss 9 pp. 830 – 840.
- ✓ Shaikhe Marom, (2017) "Social responsibility and crowdfunding businesses: a measurement development study", *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 Issue: 2, pp.235-249,
- ✓ Shane, S., & Venkataraman, S. (2010). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*, *The Academy of Management Review*, 25 (1), PP:217-226.
- ✓ Steffen Korsgaard Alistair Anderson Johan Gaddefors , (2016), "Entrepreneurship as re-sourcing", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 10 Iss 2 pp. 178- 202
- ✓ Stiner S. (2011). *Intrapreneurship: An Exploratory Study of Select Norwegian Industries*. Department Economics and Technology Management, Trondheim.
- ✓ Taylor, M. (2011). *Building Social Capital Through Rhetoric and Public Relations*. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 436-454.
- ✓ Terriquez, V (2015). "Labor Union Activity and the Civic Participation of Latino Immigrant Workers" In *Immigration and Work*. Published online: 01 Apr 2015; 55-73.
- ✓ Yang, F,(2011). *Work, motivation and personal characteristics: an in-depth study of six organizations in Ningbo*, *Chinese Management Studies*, (5) 3, 272-297.
- ✓ Yang, Jing., Alejandro, Thomas G. Brashear., Boles, James S. (2011). *The role of social capital and knowledge transfer in selling center performance*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26(3), 152-161.
- ✓ Rajaein, Y., Yaghoubi, J., & Donyaei, H.(2012). *Assessing effective factor in development of entrepreneurship in agricultural cooperative of Zanjan province*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*,15, 1521- 1525.
- ✓ Julia B. Austin ,(2017) *Entrepreneurial Management*, *U rban Affairs Review* 45 (6): 821–35.
- ✓ Malichova, E., & Durisova, M. (2015). "Evaluation of financial performance of enterprises in ITs sector". *Procedia Economics and Finance*, 34, 238-243.
- ✓ Maya Finger, Ilanit Gaviious, Ronny Manos.(2018), *Environmental risk management and financial performance in the banking industry: A cross-country comparison*, *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, Volume 52, Pages 240-261.