

پژوهش نامه مدیریت تحول، سال سیزدهم، شماره ۲۶، پاییز و زمستان ۱۴۰۰

ارزیابی نقش میانجی کارآفرینی اجتماعی در تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی

بلقیس باورصاد^۱

دانشیار دانشگاه شهید چمران اهواز

شادی جلدانی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید چمران اهواز

حسین قزلباش

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید چمران اهواز

DOI: 10.22067/tmj.2022.31039.0

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

در محیط پیچیده و متلاطم امروزی، هدف اصلی هر کسب‌وکار، دست یافتن به مزیت رقابتی برتر و بهبود عملکرد سازمان است. مهم‌ترین منابعی که می‌تواند برای سازمان مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی است. از این رو در پژوهش حاضر، تأثیر سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی دانشگاه شهید چمران با در نظر گرفتن نقش میانجی کارآفرینی اجتماعی بررسی شده است. در این پژوهش که از نوع توصیفی-همبستگی است، داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه از نمونه‌ای متشکل از ۳۹۰ نفر از کارکنان و کارشناسان فعال در دانشگاه شهید چمران اهواز جمع‌آوری شد. روایی محتوایی پرسشنامه را گروهی از خبرگان بررسی و تأیید کردند. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. جهت بررسی داده‌ها از آزمون‌های توصیفی و مقایسه‌ای در نرم‌افزار SPSS و آزمون معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شده است. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی بر کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارند. همچنین نتایج آزمون میانجی نشان داد که کارآفرینی اجتماعی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی، نقش میانجی ناقص دارد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، کارآفرینی اجتماعی، عملکرد عملیاتی.

bita40@yahoo.com

^۱ نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۰۶

صفحات: ۱۵۷-۱۸۴

مقدمه

در دهه‌های اخیر، تغییر و تحولات روزافزون در زمینه تجارت و عدم اطمینان از شرایط محیطی باعث شده است تا سازمان‌ها به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه گرایش پیدا کنند و نیاز به کارآفرینی جهت کسب مزیت رقابتی در محیط رقابتی امروزی بیش‌ازپیش احساس شود. امروزه سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که گرایش به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه برای آن‌ها ضروری می‌شود (Shepherd & DeTienne, 2005). از نظر استیونسون و همکاران (۱۹۸۵) رفتار کارآفرینانه یک رویکرد است که کانون اصلی آن پیگیری و بهره‌برداری از فرصت‌ها بدون توجه به میزان منابع در دسترس و تحت کنترل است. در این حوزه کارآفرینی اجتماعی از جدیدترین موضوعاتی است که در عرصه کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است (Certo & Miller, 2008). کارآفرینی اجتماعی، بهره‌گیری از رفتار کارآفرینانه برای دستیابی به اهداف اجتماعی و نه برای مقاصد انتفاعی است (Omored, 2014). کارآفرینی اجتماعی شامل برنامه‌های نوآورانه برای کمک به بهبود معیشت کسانی است که فاقد کسب و کار و توان مالی هستند و یا در استفاده از فرصت‌های خدمات اجتماعی با محدودیت مواجه می‌شوند (Gliedt & Parker, 2007). بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی نقش مؤثری بر بهبود کارآفرینی اجتماعی دارند (Estrin, 2016; Ma, 2019). هیندل و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند که فرآیند توسعه رفتار کارآفرینانه، فرآیندی است که به‌وسیله سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی افراد شکل می‌گیرد. همچنین می‌توان بیان کرد که سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در فرآیند کارآفرینی هستند (Chandler & Hanks, 1998). سرمایه انسانی دانش ضمنی یا صریح کارکنان و همچنین توانایی آن‌ها در تولید دانش شامل، رفتارها و نگرش‌های فردی، تحصیلات، تجربیات، مهارت‌ها و توانمندی‌های افراد است (Engelman, Fracasso, Neto, & Schmidt, 2015). سرمایه انسانی توانایی کارآفرینان برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند تا سایر منابع مفید از قبیل سرمایه فیزیکی، سرمایه مالی، دانش و مهارت‌های جدید را کسب کنند (Unger, Rauch, Frese, & Rosenbusch, 2011). از یک طرف، سرمایه انسانی مهم‌ترین سرمایه سازمان است، و از طرف دیگر، سرمایه اجتماعی روابط تنگاتنگ میان اعضای سازمان را تسهیل می‌کند و متشکل از ارتباطات فعال بین افراد مانند؛ اعتماد، درک متقابل، ارزش‌های مشترک و رفتارهایی است که اعضای شبکه‌های انسانی و جوامع را به هم پیوند داده و همکاری‌ها را ممکن می‌سازد. اهمیت سرمایه اجتماعی از آنجا آشکار می‌شود که سرمایه اجتماعی به‌عنوان سرمایه با ارزش در کنار سرمایه مالی

و انسانی بررسی می‌گردد. سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری شده (Coleman, 1988) و در فعالیتهای کارآفرینانه نقش مهمی دارد، با توجه به اینکه کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود هستند و از طرفی کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است، در نتیجه وجود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب‌وکار و بهبود کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار است (Anderson & Miller, 2003; Terry Kim et al., 2013). مطالعات نشان می‌دهد استفاده مناسب از سرمایه‌های اجتماعی و انسانی از طریق تغییر در نگرش و رفتار کارکنان در محیط اجتماعی بر بهبود عملکرد شغلی کارکنان اثرگذار است (Mahajan & Benson, 2013; Clopton, 2011). در این راستا دانشگاه شهید چمران اهواز نیاز اساسی به وجود متغیرهایی دارد که افزایش آنها فعالیت شغلی کارکنان را ارتقا دهد، به گونه‌ای که کارکنان برای تحقق اهداف و مأموریت‌های خود به-درستی عمل کنند. از نیازهای اساسی دانشگاه شهید چمران اهواز داشتن کارکنانی با عملکرد بالا در فرایندهای عملیاتی است که بتوانند با سرعت عمل و هوشمندی و پیگیری اخبار و اتفاقات در محیط کاری به صورت موفق عمل کنند که در این رابطه کارآفرینی اجتماعی و عوامل مؤثر بر بهبود آن نقش مؤثری دارد. در واقع ضرورت برخورداری مدیران و کارکنان از سرمایه اجتماعی در این سازمان دولتی از اهمیت بالایی برخوردار است. با این حال بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که خلأ تحقیقاتی در این زمینه وجود دارد. نیاز به کارکنانی با ویژگی کارآفرینی اجتماعی بالا، دانشگاه شهید چمران اهواز را ناگزیر می‌سازد در جهت جذب، نگهداری و بهسازی کارکنان خود در این زمینه تلاش کند که انجام این پژوهش در این زمینه به عنوان نوآوری مطرح می‌شود. با توجه به مطالب بیان شده این پژوهش با این سؤال شروع می‌شود که آیا سرمایه انسانی و اجتماعی از طریق کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد عملیاتی کارکنان دانشگاه شهید چمران اهواز تأثیر معناداری دارد؟

مبانی نظری و پیشینه نظری پژوهش

کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی مفهومی برآمده از کارآفرینی است اما دارای مقاصد و اهداف کلی متفاوتی با کارآفرینی است. قصد فعالیت کارآفرینی اجتماعی، حل یک مسئله اجتماعی و یا تشویق به انجام فعالیت اجتماعی در جهت ایجاد یک راه‌حل پایدار است (De Lange & Dodds, 2017). کارآفرینان به طور معمول دارای قصد ایجاد تغییر از طریق ارائه یک محصول و یا خدمت با هدف نفع رساندن به خود و یا سازمانشان هستند، در حالی که هدف کارآفرینان اجتماعی نفع رساندن به کل جامعه از طریق ابتکارات

خود است (Lepoutre, Justo, Terjesen, & Bosma, 2013). اگرچه کارآفرینان و کارآفرینان اجتماعی هر دو به دنبال کسب فرصت‌ها هستند، اما کارآفرینان اجتماعی به‌طور خاص در جستجوی فرصت‌هایی هستند که موجب ایجاد تغییرات اجتماعی شوند. کارآفرینی اجتماعی نوعی سنت‌شکنی در مفاهیم، تعاریف و مبانی کارآفرینی محسوب می‌شود (Martin & Osberg, 2007). کارآفرینی اجتماعی به کسب و کارهایی گفته می‌شود که مشکلات اجتماعی بحرانی را به شیوه‌ای پایدار و متفاوت با سازمان‌های خیریه و غیرانتفاعی حل می‌کنند و یا به‌عبارتی دیگر می‌توان گفت ایجاد و فروش محصولات و خدماتی که کیفیت زندگی افراد کم‌درآمد و محروم را بهبود می‌بخشد، درحالی‌که برای حفظ و رشد خود نیز درآمد کسب می‌کنند. کارآفرینی اجتماعی پدیده‌ای است که شکاف عمیق بین خیرخواهی و کسب و کار را به هم پیوند می‌زند و کاربردی از کارآفرینی در حوزه اجتماعی است (Coker, Flight, & Valle, 2017). مطالعات نشان می‌دهد، عوامل مختلفی؛ مانند سرمایه اجتماعی (Yoon, Yun, Lee, & Phillips, 2015)، مسئولیت-پذیری اجتماعی (Raimi, Akhuenkhan, & Ogunjirin, 2015)، چشم‌انداز اجتماعی، نگرش باز، سازگاری و هوشیاری بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر می‌گذارند (Agyapong et al., 2017). کلاین و همکاران (۲۰۱۴) کارآفرینی اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کنند: افراد اجتماعی آگاه که مدل‌های کسب و کار نوآورانه را طراحی کرده و مسائل اجتماعی که اغلب توسط سازمان‌های دیگر نادیده گرفته می‌شوند را مد نظر قرار می‌دهند.

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی یک مفهوم پیچیده است و به منابع نهادینه شده در روابط اجتماعی بین افراد اشاره دارد و شامل مجموعه‌ای از سرمایه‌های نامشهود افراد است. از نظر تامر (2014)، سرمایه نامشهود به توانایی‌های انسانی گفته می‌شود که به بهره‌وری و رفاه فرد و سازمان‌هایی که در آن مشارکت می‌کنند، کمک می‌کند (Postelnicu & Hermes, 2018) و به‌طور معمول در برگیرنده، ویژگی‌های محیط اجتماعی با ابعاد مختلف و تعاریف بسیاری است (Kaasa, 2015). به عقیده بوردیو (۱۹۹۲) سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموع منابع فیزیکی یا غیرفیزیکی، مادی یا معنوی که به یک فرد یا گروه اجازه می‌دهد تا شبکه پایداری از روابط کم‌ویش نهادینه شده آشنایی یا شناخت متقابل، در اختیار داشته باشد و موجب همکاری متقابل و مفید بین کارکنان می‌شود (Richards & Reed, 2015; Dodd, 2016). از نظر ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی دارای سه بعد؛ ساختاری، شناختی و ارتباطی است.

سرمایه اجتماعی شناختی: سرمایه اجتماعی شناختی بر این باور استوار است که افراد از طریق حکایات و روایات ارتباط برقرار می‌کنند و برای داشتن ارتباط مؤثر، افراد باید زبانی مشترک براساس درک کدها که گفتگوها را مدیریت می‌کنند، داشته باشند. دستیابی به زبان مناسب برای ارتباط برقرار کردن با دیگر کارآفرینان و ارائه‌دهندگان منابع، تبدیل شدن به یک کارآفرین است.

سرمایه اجتماعی ساختاری: سرمایه اجتماعی ساختاری به ماهیت شبکه اجتماعی کارآفرین براساس اندازه، تراکم و تنوع اشاره دارد. کارآفرینان با شبکه‌های اجتماعی همگن کوچک و بسته که در آن نقش آفرینان خوبی محسوب می‌شوند با یکدیگر به اشتراک دانش می‌پردازند.

سرمایه اجتماعی ارتباطی: سرمایه اجتماعی ارتباطی بر اعتماد، هنجارهای مشترک، تعهدات متقابل و انتظاراتی که بر رفتار افراد وابسته به یک شبکه اجتماعی خاص تأثیر می‌گذارد، تمرکز دارد. سرمایه اجتماعی یک دارایی نامشهود است که بر حسن نیت بین اعضای یک شبکه متکی است تا اطمینان حاصل شود جریان‌های مؤثر دانش مانند؛ پیشنهادها در مورد ایده‌های جدید یا فرصت‌های جدید بازار وجود دارد (Lee & Jones, 2015).

سرمایه انسانی

سرمایه انسانی مجموعه‌ای از مهارت‌های کارآفرینی و مدیریتی مانند؛ خلاقیت، توانایی حل مسئله و رهبری هستند که توسط کارکنان سازمان به کار گرفته می‌شود (Scafarto, Ricci, & Scafarto, 2016). سرمایه انسانی از دو بعد اصلی دانش و مهارت تشکیل شده است که ویژگی‌های ذاتی افراد را تشکیل می‌دهند. طبق نظر شولتز، دانش و مهارت گونه‌ای از سرمایه محسوب می‌شوند و سرمایه انسانی مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که در فرد وجود دارد و از آن در محیط کاری استفاده می‌کند (Vidotto, Ferenhof, Selig, & Bastos, 2017). در محیط رقابتی امروز که مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان است، دانش و سرمایه انسانی سازمان به‌عنوان مزیت رقابتی برای سازمان‌ها و عنصری کلیدی برای ایجاد ارزش شناخته می‌شود (De Castro et al., 2011). سرمایه انسانی به دلیل نقش بسیار مهمی که در نوآوری و نوسازی استراتژیک سازمان‌ها دارد به‌طور قابل توجهی حائز اهمیت است (Obeidat, Tarhini, Masa'deh, & Aqqad, 2017). امروزه صرف هزینه برای آموزش و توسعه کارکنان نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. از طرفی خروج کارکنان توانمند ممکن است منجر به از دست دادن توانایی فکری شرکت‌ها و نشت اطلاعات شود و در نتیجه خطراتی را برای رقابت‌پذیری شرکت ایجاد کند (Olander, Hurmelinna-Laukkanen, & Heilmann, 2015). سازمان‌های دارای سرمایه انسانی توانمند، نوآورتر

عمل کرده و مشکلات مشتریان را سریع‌تر حل کرده و در نتیجه عملکرد سازمانی افزایش می‌یابد (Felício et al., 2014). برخی از محققان سرمایه انسانی را به دو دسته خاص و عمومی تقسیم می‌کنند. سرمایه انسانی خاص به مهارت و دانش اطلاق می‌شود که فقط برای یک واحد یا صنعت خاص مفید است در حالی که سرمایه انسانی عام در بسیاری از مشاغل و صنایع می‌تواند به کار گرفته شود. در ارزیابی تصمیم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین مهم است که چگونه سرمایه انسانی خاص و عام با هم ترکیب شوند. کارآفرینان اجتماعی نیازمند توانایی‌های متفاوت برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی است که می‌تواند اثرات خارجی مثبت ایجاد کنند (Battilana & Lee, 2014)؛ بنابراین سرمایه انسانی عام که با دیدگاه شناختی متنوع مرتبط است ممکن است برای کارآفرینان اجتماعی اهمیت بیشتری داشته باشند، چون دامنه اهداف آن‌ها وسیع‌تر و فعالیت‌های آن‌ها پیچیده‌تر است (Estrin et al., 2016).

عملکرد عملیاتی

عملکرد عملیاتی مبنایی برای ارزیابی پیشرفت در جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده است و به سازمان کمک می‌کند تا نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کرده و تدابیر مؤثری را اتخاذ نماید. این رویکرد به‌طور بالقوه سازمان را قادر می‌سازد تا به‌طور مؤثر در محیط کسب و کار رقابتی امروز رقابت کنند (Tipu & Fantazy, 2018). نیلی و همکاران (۲۰۰۲) معتقدند، فرآیند تبیین کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته است و عملکرد به دو جزء تقسیم می‌شود: "کارایی" که توصیف‌کننده چگونگی استفاده سازمان از منابع در تولید خدمات یا محصولات است و "اثربخشی" که توصیف‌کننده درجه رسیدن به اهداف سازمانی است. شاخص‌های متفاوتی برای اندازه‌گیری عملکرد وجود دارد (Nawanir et al., 2013; Sinha et al., 2016). عملکرد عملیاتی کارایی و بهره‌وری داخلی سازمان، از قبیل بهره‌وری، کیفیت محصول و رضایت مشتری را اندازه‌گیری و به‌عنوان نتیجه راهبردها و برنامه‌های عملیاتی تعریف شده است (Eker & Pala, 2008; Inman et al., 2009). عملکرد عملیاتی یک معنای مهم برای بنگاه‌ها دارد، کمک به بهبود اثربخشی فعالیت‌های تولیدی و ایجاد محصولات با کیفیت بالا که منجر به افزایش درآمد و سود برای شرکت‌ها می‌شود. مطالعات انجام شده عملکرد عملیاتی را فرآیند تبیین کیفیت، اثربخشی و کارایی اقدامات گذشته تعریف کرده‌اند (Chavez et al., 2015). در این پژوهش از شاخص‌های هزینه، سرعت، کیفیت و انعطاف‌پذیری ارائه خدمات جهت سنجش عملکرد عملیاتی استفاده شده است.

توسعه فرضیه‌ها و چهارچوب نظری پژوهش

سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی

نتایج پژوهش تیپو و فانتازی (۲۰۱۸) نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سرمایه اجتماعی شامل روابط متقابل و با اعتماد است که در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. مطالعات پیشین نشان دهنده سهم سرمایه اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی، به‌طور گسترده به شکل خوداشتغالی در کسب‌وکارهای اجتماعی است (Light & Dana, 2013; Nahapiet, 2009; مدهوشی و جعفری صمیمی، ۲۰۱۵). کارآفرین اجتماعی باید روی روابط شبکه تمرکز کند، زیرا این روابط برای عملکرد کارآفرینی و ایجاد رویکردهای ابتکاری برای مقابله با مشکلات اجتماعی مورد نیاز است (Dess et al., 2001). سرمایه اجتماعی موجود در یک شبکه اجتماعی کارآفرین، برای فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی حیاتی است (Leadbeater, 1997).

سرمایه انسانی و کارآفرینی اجتماعی

سرمایه انسانی یک ساختار بصری و جذاب برای پیش‌بینی نتایج کارآفرینی است. دیمو (۲۰۱۷) وجود ارتباط مثبت و معنادار بین کارآفرینی و سرمایه انسانی در پژوهش خود را تأیید کرد. استرین و همکاران (۲۰۱۶) رابطه بین سرمایه انسانی و کارآفرینی اجتماعی را بررسی و نتایج نشان دادند که رابطه مثبت و معناداری بین کارآفرینی اجتماعی و سرمایه انسانی وجود دارد و نقش سرمایه انسانی در کارآفرینی اجتماعی از اهمیت بسزایی برخوردار است و تأثیر سرمایه انسانی به حاکمیت قانون بستگی دارد. تحقیقات اخیر پیرامون کارآفرینی نشان داده است که سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینی ایفا می‌کنند و این سرمایه‌گذاری‌ها بر میزان موفقیت کارآفرینی مؤثر هستند (Batjargal, 2007; R. Lee & Jones, 2015; Ma et al., 2019).

سرمایه اجتماعی و عملکرد عملیاتی

تیپو (۲۰۱۸) رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد عملیاتی را بررسی و نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و عملکرد عملیاتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در پژوهشی دیگر، آگیاپونگ (۲۰۱۷) رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد عملیاتی را مطالعه و نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری با عملکرد عملیاتی دارد. سرمایه اجتماعی در میان اعضای یک سازمان، توانایی آن‌ها در به اشتراک‌گذاری دانش و انتقال ایده‌ها را در میان اعضای سازمان افزایش می‌دهد. بعلاوه، سرمایه اجتماعی باعث بهبود توانایی کسب‌وکار در جمع‌آوری منابع می‌شود و می‌تواند عملکرد را بهبود بخشد. مطالعات مختلف نشان

می‌دهد که متغیرهای سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی به‌طور پیوسته با عملکرد عملیاتی رابطه مثبت و معناداری دارند (Dimov, 2017). نتایج پژوهش لی (۲۰۱۸) نشان داد که سرمایه اجتماعی باعث بهبود عملکرد عملیاتی می‌شود. مشارکت کارکنان در مالکیت و کنترل، اعتماد کارکنان سازمان را افزایش داده که این خود باعث تعهد به عملکرد و نوآوری در محل کار خواهد شد. (Zhang et al., 2017) در پژوهش خود دریافتند که سرمایه اجتماعی می‌تواند به بهبود هزینه، کیفیت، تحویل و عملکرد انعطاف‌پذیر منجر شود. لی (۲۰۱۵) در پژوهش خود نتایج نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و عملکرد عملیاتی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. ادلمن و همکاران (۲۰۰۴) در پژوهشی نشان دادند که سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک عامل تسهیل‌کننده باعث حفظ روابط بلندمدت و بهبود رفتار متقابل و کاهش اختلالات در بین روابط سازمانی شده و در نهایت عملکرد عملیاتی را بهبود می‌بخشد. فلین و همکاران (۲۰۱۰) رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد عملیاتی را مطالعه و نتایج نشان دادند که سرمایه اجتماعی به‌طور مستقیم موجب تسهیل همکاری در زنجیره تأمین شده و عملکرد عملیاتی را بهبود می‌بخشد. برخی دیگر از محققان در پژوهش خود نشان دادند که سرمایه اجتماعی از طریق به اشتراک‌گذاری اطلاعات، ارتباطات مکرر و اعتماد و مشارکت اجتماعی می‌تواند عملکرد عملیاتی را افزایش دهد (Daugherty et al., 2006; Nyaga et al., 2010).

سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی

اوراستریت (۲۰۱۹) رابطه بین سرمایه انسانی با عملکرد عملیاتی را مطالعه و نتایج نشان داد که سرمایه انسانی، عملکرد عملیاتی را افزایش می‌دهد. ما و همکاران (۲۰۱۸) رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی را بررسی و نتایج نشان داد که سرمایه انسانی تأثیر قابل‌توجهی بر بهبود عملکرد عملیاتی دارد. اسکافارتو (۲۰۱۶) در پژوهش خود نشان داد که سرمایه انسانی به‌طور مستقیم و مثبت بر عملکرد عملیاتی تأثیر دارد. در پژوهشی دیگر که توسط سلایم و همکاران (۲۰۰۷) جهت بررسی رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی صورت گرفت، نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی وجود دارد. شاخص‌های سرمایه انسانی (همچون آموزش درون‌سازمانی و شیوه‌های کار تیمی) منجر به بهره‌وری بیشتر و در نتیجه افزایش عملکرد سازمان می‌شوند. ماریاموتو (۲۰۰۹) نیز در پژوهش خود تأثیر سرمایه انسانی را بر عملکرد تأیید می‌کند. رابطه مثبت بین سرمایه انسانی و عملکرد به‌طور گسترده‌ای مورد تأیید قرار گرفته است (Barnes & Liao, 2012; Colombo & Grilli, 2005; Lengnick-Hall et al., 2013). در پژوهشی که توسط (رومفو، ۲۰۱۲) صورت گرفت نتایج نشان داد که سرمایه‌های انسانی

مانند رضایت شغلی و شایستگی‌های کاری رابطه مثبت و معنی‌داری با عملکرد دارند. آلپکان (۲۰۱۰) در پژوهش خود تأثیر مستقیم سرمایه انسانی بر عملکرد را نشان داده است. سرمایه انسانی با کاهش ریسک و افزایش بازدهی سرمایه‌گذاری باعث افزایش عملکرد عملیاتی خواهد شد. فلیسیو و همکاران (۲۰۱۴) رابطه سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی را بررسی و نشان دادند که سرمایه انسانی، عملکرد عملیاتی را افزایش می‌دهد.

کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی

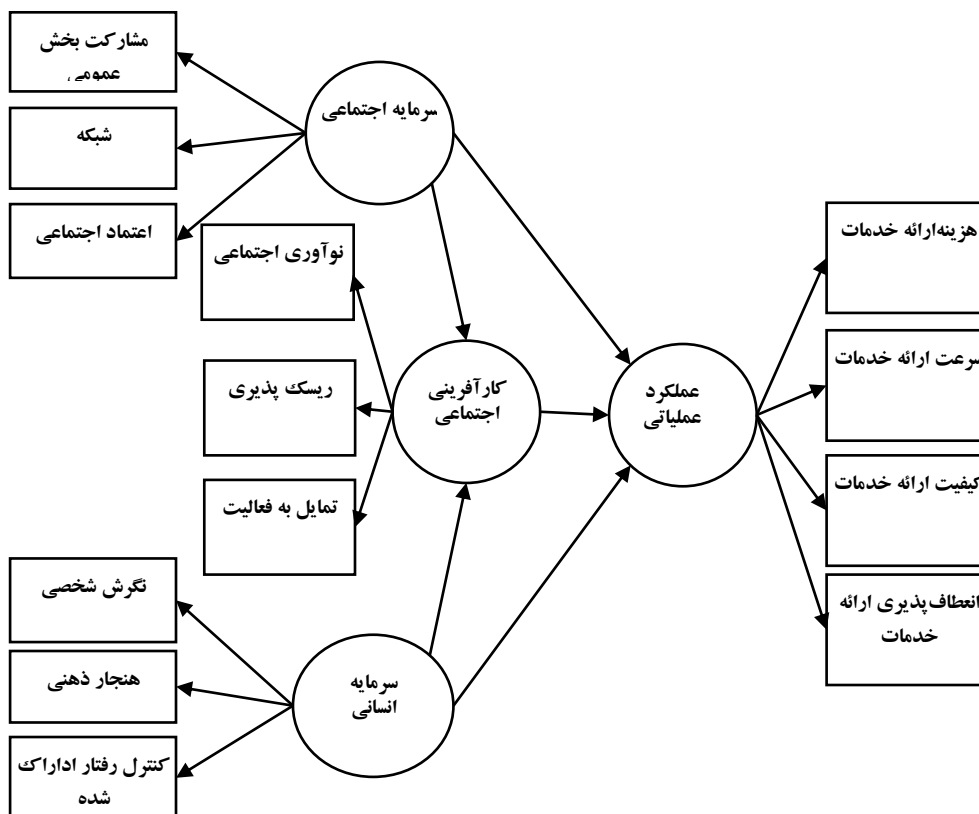
نتایج پژوهش لی و همکاران (۲۰۱۳) رابطه مثبت و معنادار بین کارآفرینی و عملکرد عملیاتی را نشان داد. عملکرد عملیاتی نقش بسیار مهمی را در پاسخگویی سازمان به تغییرات محیطی و رقباتی خود بر عهده دارد. برای ایجاد عملکرد عملیاتی جهت پاسخگویی سریع به نیروهای رقابتی، سازمان باید سطوح بالایی از نوآوری و فعالیت را نسبت به رقباتی خود داشته باشد تا بتواند محصولات و خدمات نوآورانه را ایجاد کند. فلیسیو و همکاران (۲۰۱۳) رابطه کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی را بررسی و نشان دادند که کارآفرینی اجتماعی تأثیر معنادار و مثبتی بر عملکرد عملیاتی دارد. تپانگ (۲۰۱۳) نیز در پژوهش خود وجود رابطه مثبت و معنادار بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی را تأیید کردند. مایر و شرما^۱ (۲۰۱۲) نیز در پژوهش خود رابطه مثبت و معنادار بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی را نشان دادند. از این رو فرضیه‌های زیر قابل طرح است:

۱. سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه شهید چمران اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۲. سرمایه انسانی بر کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه شهید چمران اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۳. سرمایه اجتماعی بر عملکرد عملیاتی دانشگاه شهید چمران اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۴. سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی دانشگاه شهید چمران اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۵. کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد عملیاتی دانشگاه شهید چمران اهواز تأثیر مثبت و معناداری دارد.
۶. سرمایه اجتماعی بر عملکرد عملیاتی دانشگاه شهید چمران اهواز از طریق کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

¹ Mair & Sharma

۷. سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی دانشگاه شهید چمران اهواز از طریق کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به مطالب بیان شده مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر ارائه می‌گردد:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

منبع مدل مفهومی: محقق ساخته

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده‌ها، از جمله پژوهش‌های توصیفی-همبستگی به شمار می‌رود. برای گردآوری اطلاعات مرتبط با ادبیات و مباحث نظری از روش کتابخانه‌ای

و برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات مربوط به متغیرها از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان، کارشناسان و مدیران دانشگاه شهید چمران است. حجم نمونه ۴۰۰ نفر محاسبه شد و پرسشنامه پژوهش بین آن‌ها توزیع گردید که از این تعداد ۳۹۰ پرسشنامه کامل و قابل تحلیل برگشت داده شد. در این پژوهش جهت سنجش متغیر کارآفرینی اجتماعی از پرسشنامه موریسو همکاران (۲۰۱۱) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۱۲ پرسش و هدف آن بررسی ابعاد کارآفرینی اجتماعی در چهار بعد نوآوری، پیشتازی، ریسک‌پذیری و کیفیت است. جهت سنجش متغیر سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) که از مطالعه رسول زاده اقدم و همکاران (۲۰۱۷) اقتباس شده است، استفاده گردید. این پرسشنامه دارای ۳۱ پرسش است؛ جهت سنجش متغیر سرمایه انسانی از پرسشنامه انگلمن و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شده است همچنین جهت سنجش متغیر عملکرد عملیاتی از پرسشنامه سنگول و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شده است. در پژوهش حاضر پاسخ‌ها روی مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، مخالفم=۲، نظری ندارم=۳، موافقم=۴، کاملاً موافقم=۵) مشخص شدند. روایی پرسشنامه‌های این پژوهش به سه طریق روایی صوری، روایی همگرا و روایی واگرا بررسی شد. برای سنجش روایی صوری در این پژوهش از نظر متخصصان استفاده شد. برای محاسبه روایی همگرا و واگرا باید مقادیر میانگین واریانس استخراجی (AVE) و میانگین مجذور واریانس مشترک (ASV) را محاسبه کنیم. برای روایی همگرا AVE باید بزرگ‌تر از ۰/۵ و برای روایی واگرا باید AVE بزرگ‌تر از ASV باشد (Rahimi, 2017). پایایی ابزارهای اندازه‌گیری در این پژوهش نیز از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب بررسی شد و با توجه به جدول ۱ و از آنجا که مقدار آلفای کرونباخ و پایایی مرکب مربوط به تمامی متغیرها از ۰/۷ بیشتر است، می‌توان گفت که تمامی متغیرها پایا می‌باشند. برای تحلیل داده‌ها نیز از روش مدل-سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی با به کارگیری نرم‌افزار Smart PLS 3 استفاده شده است.

توصیف جمعیت‌شناسی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ۷۳/۹ درصد پاسخ‌دهندگان زن و ۲۶/۱ درصد مرد بوده و ۵ درصد دیپلم، ۱۳/۰۲ درصد فوق‌دیپلم، ۵۱/۲۸ درصد کارشناس، ۲۸/۷۱ درصد کارشناسی ارشد و ۱ درصد دکتری بودند. ۸/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان ۲۰ تا ۲۵ سال، ۱۷/۱۷ درصد ۲۶ تا ۳۰ سال، ۵۱/۷۹ درصد ۳۱ تا ۳۵ سال، ۱۲/۵ درصد ۳۶ تا ۴۰ سال و ۹ درصد بالای ۴۱ سال سن داشتند. ۲۲/۳ درصد افراد دارای سمت شغلی کارمند واحد آموزش، ۳۱/۸ درصد سمت کارمند کتابخانه، ۴۵/۹ درصد کارمند سایر

واحدها بودند. یافته‌های به دست آمده از تحلیل داده‌های این پژوهش در دو بخش زیر به طور خلاصه مطرح می‌شود:

۱- بررسی برازش مدل پژوهش: در این بخش برازش مدل اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی بررسی می‌شود.

الف) بررسی برازش مدل- مدل‌های اندازه‌گیری: این برازش شامل سه معیار پایایی، روایی واگرا و روایی همگراست.

جدول (۱): پایایی ترکیبی، AVE، آلفای کرونباخ و R² متغیرهای پنهان پژوهش

متغیر	آلفای کرونباخ	CR	پایایی ترکیبی	AVE	R ²
سرمایه اجتماعی	۰/۸۷۰	۰/۸۹۸	۰/۸۹۸	۰/۵۲۷	
سرمایه انسانی	۰/۹۱۸	۰/۹۳۲	۰/۹۳۲	۰/۶۰۳	
عملکرد عملیاتی	۰/۸۹۹	۰/۹۳۳	۰/۹۳۳	۰/۶۳۹	۰/۶۷۷
کارآفرینی اجتماعی	۰/۹۲۸	۰/۹۱۷	۰/۹۱۷	۰/۵۲۵	۰/۷۰۹

پایایی: با استفاده از سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی اندازه‌گیری می‌شود. مطابق شکل ۱، تمامی بارهای عاملی پرسش‌ها از ۰/۴ بیشتر نیست؛ بنابراین حذف برخی از گویه‌ها لازم است. همچنین مطابق با جدول ۱، مقادیر پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بالای ۰/۷ بوده و برازش مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

روایی همگرا و واگرا (تشخیصی)

با مقایسه مقدار ضریب AVE متغیرها با ۰/۵ بررسی می‌شود. با توجه به بزرگ‌تر بودن مقدار این ضریب از ۰/۵ در جدول ۲، برای همه متغیرهای پنهان مرتبه اول و دوم، روایی همگرای مدل و مناسب بودن مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود. با توجه به جدول ۲، جذر میانگین واریانس استخراج شده (مقدار جذر AVE) تمامی متغیرهای پژوهش بیشتر از همبستگی آن‌ها با متغیرهای دیگر است؛ بنابراین ملاک دوم بررسی روایی واگرای مناسب و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری را نشان می‌دهد.

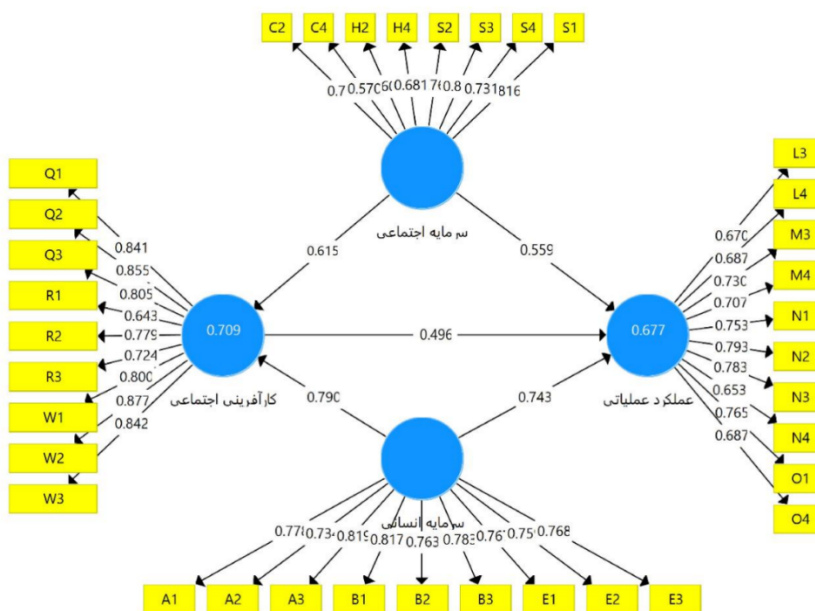
جدول ۲: ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل لارکر

متغیر	سرمایه اجتماعی	سرمایه انسانی	کارآفرینی اجتماعی	عملکرد عملیاتی
سرمایه اجتماعی	۰/۶۳۸			
سرمایه انسانی	۰/۳۱۳	۰/۷۷۷		
کارآفرینی اجتماعی	۰/۳۷۳	۰/۶۳۲	۰/۶۸۶	
عملکرد عملیاتی	۰/۵۱۹	۰/۶۰۰	۰/۶۴۳	۰/۷۹۹

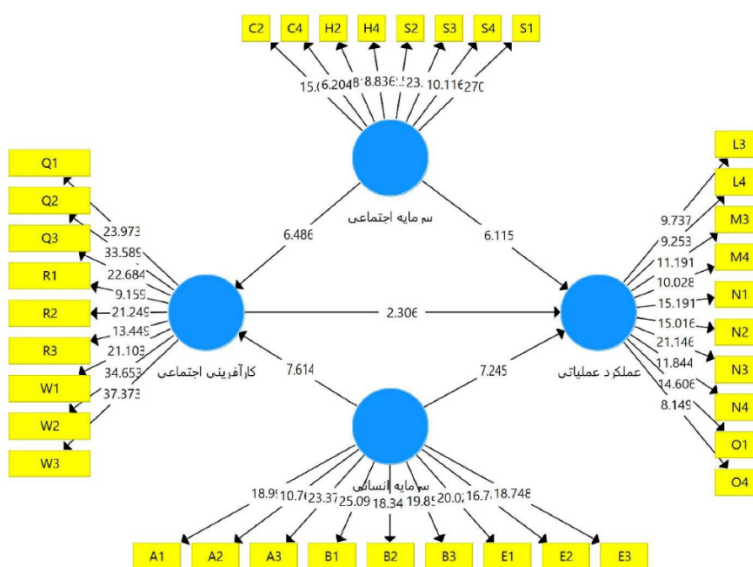
ب) بررسی برازش مدل-مدل ساختاری: ۱- ضرایب معناداری t : مطابق شکل ۳، تمامی مسیرها دارای ضرایب معناداری t از ۱/۹۶ بزرگ ترند که این موضوع معنادار بودن تمام پرسش ها و روابط میان متغیرها را در سطح اطمینان ۹۵ درصد نشان می دهد. ۲- معیار R^2 : با توجه به شکل ۳ و ستون آخر جدول ۱، تمامی مقادیر R^2 مربوط به متغیر درونزای مدل، بیشتر از ۰/۳۳ بوده و نشانگر برازش مناسب مدل ساختاری است. ۳- معیار Q^2 : این معیار برای تمامی سازه ها از ۰/۳۵ بیشتر بوده و تأکید کننده برازش قوی مدل ساختاری است.

ج) بررسی برازش مدل-مدل کلی: معیار GOF یا معیار نیکویی برازش معیاری است برای بررسی برازش کلی مدل که هر دو بخش مدل اندازه گیری و مدل ساختاری را کنترل می کند. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ که به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای نیکویی برازش معرفی شده است، شاخص برازش مطلق GOF، ۰/۶۱ به دست آمد که برازش بسیار مناسب مدل کلی را تأیید می کند.

۲- آزمون فرضیه اصلی پژوهش: شامل بررسی ضرایب استاندارد شده و بررسی ضرایب معناداری t (شکل ۳) است. بعد از تأیید برازش مدل از تمام جهات به بررسی نتایج فرضیه ها پرداخته می شود. در این قسمت باید ابتدا فرضیه های اصلی بدون میانجی بررسی شوند. جهت تأیید یا رد یک فرضیه می بایست به مقدار معناداری فرضیه توجه کرد، در سطح اطمینان ۰/۹۵، T باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد. ضریب مسیر نیز نشان دهنده اثر مستقیم یک سازه بر سازه دیگر است. هر چه این ضریب مسیر، بالاتر باشد تأثیر پیش بینی کننده متغیر مکنون نسبت به متغیر وابسته بیشتر خواهد بود (تقوی فرد و همکاران، ۲۰۱۲). در شکل ۳ مدل آزمون شده رابطه بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است.



شکل ۲: ضرایب بارهای عاملی مدل



شکل ۳: آماره تی برای مدل

جدول (۳): نتایج فرضیه‌ها

وضعیت فرضیه‌ها	ضریب معناداری	ضریب مسیر	فرضیه‌های اصلی
تأیید شد	۶/۴۸۶	۰/۶۱۵	سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی
تأیید شد	۷/۶۱۴	۰/۷۹۰	سرمایه انسانی بر کارآفرینی اجتماعی
تأیید شد	۶/۱۱۵	۰/۵۵۹	سرمایه اجتماعی بر عملکرد عملیاتی
تأیید شد	۷/۲۴۵	۰/۷۴۳	سرمایه انسانی بر عملکرد عملیاتی
تأیید شد	۲/۳۰۶	۰/۴۹۶	کارآفرینی اجتماعی بر عملکرد عملیاتی

برای تأیید فرضیه با نقش میانجی می‌توان از روش‌های گوناگون بهره گرفت که در این پژوهش از روش بوت استرپینگ استفاده شده است:

جدول (۴): نتیجه فرضیه میانجی

وضعیت فرضیه	ارزش p با حضور میانجی	مسیر حضور میانجی	ارزش p غیر مستقیم	اثر غیر مستقیم	ارزش p مستقیم	اثر کلی	فرضیه میانجی
نقش میانجی نوآوری تأیید شد و نوع میانجی ناقص است	۰/۰۰۳	۰/۱۹۸	۰/۹۵۲	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۱۹۷	کارآفرینی بین سرمایه اجتماعی و عملکرد عملیاتی
نقش میانجی نوآوری تأیید شد و نوع میانجی ناقص است	۰/۰۰۰	۰/۷۴۳	۰/۹۴۵	-۰/۰۰۷	۰/۰۰۰	۰/۷۳۷	کارآفرینی اجتماعی بین سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی

همان‌طور که دیده می‌شود کارآفرینی اجتماعی در بین رابطه سرمایه اجتماعی و عملکرد عملیاتی و همچنین بین سرمایه انسانی و عملکرد عملیاتی دارای نقش میانجی‌گری ناقص است.

بحث و نتیجه

در آزمون فرضیه اول عدد معناداری مسیر بین دو متغیر ۶/۴۸۶ به دست آمد و این فرضیه تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته‌های

پژوهش Batjargal, 2007; S.-Y. Lee, 2015; Ma et al., 2019 و مدهوشی و جعفری صمیمی (۲۰۱۵) با نتایج این پژوهش همخوانی دارد. ما (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافت که سرمایه اجتماعی نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی ایفا می‌کند و استدلال می‌کند که این نوع سرمایه‌گذاری بر میزان موفقیت کارآفرینی اجتماعی تأثیرگذار است. سرمایه اجتماعی در ارتباط با کارآفرینی اجتماعی نقش اهرم را ایفا می‌کند و نمی‌توان از آن به‌عنوان عامل ایجاد کننده کارآفرینی اجتماعی نام برد اما برای اینکه خلاقیت فرد کارآفرین به مرحله عمل برسد و منجر به کارآفرینی شود، عوامل محیطی بسیاری مانند سرمایه اجتماعی دخیل هستند. مدهوشی و جعفری صمیمی (۲۰۱۵) نشان دادند که کارآفرینان موفق اجتماعی قادر به ایجاد سهام قابل توجهی از سرمایه اجتماعی از طریق بهبود و غنی‌سازی عناصر اصلی آن در ارتقا سرمایه اجتماعی هستند.

در آزمون فرضیه دوم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر ۷/۶۱۴ به دست آمد و این فرضیه تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سرمایه انسانی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. به‌عبارت‌دیگر ارتقا سرمایه انسانی درون دانشگاه شهید چمران اهواز به تقویت کارآفرینی اجتماعی منجر می‌شود. یافته‌های تحقیقات Dimov, 2017; Estrin et al., 2016; Mair & Sharma, 2012; Santos-Rodrigues, Faria, Cranfield, & Morais, 2013 نتایج پژوهش حاضر همسو است. استرین و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند که سرمایه انسانی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد. جیائو (۲۰۱۱) نیز معتقد است که سرمایه انسانی یکی از عوامل کمیاب و کلیدی سازمان‌ها محسوب می‌شود که باعث تسریع در روند کارآفرینی می‌شود. همچنین بیان می‌کند، مهارت‌های انسانی سازمان‌ها نقش بسیار حیاتی در بهبود عملکرد سازمان و توسعه کارآفرینی اجتماعی بازی می‌کند. از طرف دیگر، مرجانی و صدری (۲۰۱۵) پژوهشی در رابطه با توسعه کارآفرینی اجتماعی انجام دادند و یکی از عوامل مهم در توسعه کارآفرینی اجتماعی را آموزش در نظر گرفتند که در رابطه با بهبود سرمایه‌های انسانی است. با افزایش آموزش نیروهای انسانی امکان دستیابی به ایده‌های مناسب برای کاهش مشکلات اجتماعی نیز بیشتر می‌شود. نتایج پژوهش عمرانی و همکاران (۲۰۱۱) نشان داد که با افزایش سن افراد، تمایل آن‌ها به کارآفرینی اجتماعی کاهش می‌یابد و همچنین، زنان بیشتر از مردان تمایل به ایجاد کارآفرینی اجتماعی دارند. این نتایج نشان می‌دهد که جهت بهره‌گیری از کارآفرینی اجتماعی نیاز است که توجه بیشتری به سرمایه انسانی جوان بشود و افراد جوان در جهت ایجاد و بهره‌گیری از فرصت‌های اجتماعی و توسعه کارآفرینی اجتماعی آموزش داد.

در آزمون فرضیه سوم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر ۶/۱۱۵ به دست آمد و این فرضیه تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی تأثیر معناداری بر عملکرد عملیاتی دارد، این بدان معنی است که بهبود سرمایه‌های اجتماعی که بخشی از روابط سازمان در داخل و خارج از سازمان را در برمی‌گیرد، موجب بهبود عملکرد عملیاتی شرکت می‌شود. نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات Agyapong et al., 2017; D. P. Dimov & Shepherd, 2005; S. Lee, 2018; Tipu & Fantazy, 2018 همسو است. اگیونگ و همکاران (۲۰۱۷)، با بررسی مدلی، فرضیه رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی را ارائه دادند و برای سنجش عملکرد سازمانی از دو بعد عملکرد عملیاتی و عملکرد مالی استفاده کردند. آن‌ها تأثیر مثبت و معنادار بین سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی را تأیید و اظهار داشتند که سطح سرمایه اجتماعی بالا، عملکرد کسب‌وکار را افزایش می‌دهد. همچنین موینهان و پاندی (۲۰۰۶) استدلال می‌کنند که ارتباط داخلی مؤثر، تمرکز سازمانی قوی‌تر بر نتایج را تقویت می‌کند و کاربرد مؤثر سرمایه اجتماعی در تأثیرگذاری بر عملکرد ابتکارات استراتژیک شرکت مهم است. ژانگ و همکاران (۲۰۱۶) با مطالعه‌ای اثر سرمایه اجتماعی بر عملکرد عملیاتی را ارزیابی و نتایج نشان دادند که رابطه مثبت بین سرمایه اجتماعی و عملکرد عملیاتی معنادار است. نتایج مطالعه آن‌ها با نتایج پژوهش موجود سازگاری دارد و بر ارتباط مثبت سرمایه اجتماعی با نتایج عملکرد تأکید دارد.

در آزمون فرضیه چهارم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر ۷/۲۴۵ به دست آمد و این فرضیه تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سرمایه انسانی به بهبود عملکرد عملیاتی در دانشگاه شهید چمران اهواز می‌انجامد. نتایج این پژوهش با یافته‌های تحقیقات Alpkan et al., 2010; Felício et al., 2014; Ma et al., 2019; Rompho & Siengthai, 2012; Scafarto et al., 2016 همسو است. سرمایه انسانی که خود سرمایه فکری را به سازمان‌ها وارد می‌کند، منبعی غیرقابل مشاهده و بسیار کمیاب است. امروزه استراتژی‌های مدیریت منابع انسانی به سمت مدیریت سرمایه انسانی به دلیل اهمیت روزافزون آن متمایل شده است. اهمیت سرمایه انسانی در چندین بعد مطالعه شده است، تا جایی که، برقدان و همکاران (۲۰۱۲)، تأثیر مثبتی بین سرمایه انسانی و رشد اقتصادی را نشان دادند. احمدیان و قربانی (۲۰۱۴) اثر سرمایه فکری که یکی از ابعاد آن سرمایه انسانی بود را بر عملکرد سازمانی بررسی و نتایج نشان دادند که سرمایه انسانی به بهبود عملکرد سازمانی کمک می‌کند. منشن (۲۰۱۲)، ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد را از دو دیدگاه اصلی و مکمل، به صورت کیفی بررسی کرد. اولین مورد بر اساس اطلاعات حقوقی و حسابرسی صورت گرفت و برای اندازه‌گیری کلی، از کارایی سرمایه فکری استفاده شد. نادری و همکاران (۲۰۱۶)، سرمایه انسانی را در عملکرد سازمانی ارزیابی و نتایج نشان داد که سرمایه انسانی بر

عملکرد عملیاتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. آن‌ها اظهار داشتند، سرمایه انسانی ذخیره شده در افراد، شرط لازم برای فعالیت‌های سازمانی است و برای استفاده از سرمایه انسانی باید در جهت شناخت و سنجش آن اقدام لازم صورت گیرد.

در آزمون فرضیه پنجم عدد معناداری مسیر بین دو متغیر ۲/۳۰۶ به دست آمد و این فرضیه تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که کارآفرینی اجتماعی منجر به بهبود عملکرد عملیاتی در دانشگاه شهید چمران اهواز می‌شود. یافته‌های پژوهش (Felício, Gonçalves, & da Conceição Gonçalves, 2013; Light & Dana, 2013; Tipu & Fantazy, 2018) با نتایج این تحقیق همخوانی دارد. تپتانگ و سوک یون (۲۰۱۳)، رابطه بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی را بررسی و نشان دادند که کارآفرینی اجتماعی، عملکرد عملیاتی را ارتقا می‌بخشد. تیپو و فانتازی (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافتند که رابطه مثبت و معناداری بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد عملیاتی وجود دارد و در کشورهای در حال توسعه (پاکستان) از کارآفرینی اجتماعی استفاده می‌شود؛ اما تپتانگ (۲۰۱۴)، رابطه بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد سازمانی را بررسی و نتیجه متفاوتی به دست آورد و عدم وجود رابطه مثبت بین کارآفرینی اجتماعی و عملکرد سازمانی ارتباطی وجود ندارد که با استدلال منطقی اینکه سازمان‌ها به نوآوری، پیشتازی و ریسک‌پذیری بیشتری نیاز دارند تا عملکرد را بهبود بدهند، متناقض است. او همچنین ادامه می‌دهد، نوآوری یکی از مهم‌ترین مسائل موفقیت سازمانی است که توسط مصاحبه‌شوندگان، که کارآفرینان اجتماعی بودند، مطرح شد. با این حال، گفتن اینکه برخی عوامل منجر به افزایش عملکرد سازمانی می‌شوند، دشوار است.

در هر کار پژوهشی، پژوهشگر از ابتدای امر یعنی انتخاب موضوع تا مراحل اجرا، تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری با مشکلات، موانع و محدودیت‌هایی مواجه است. پژوهش حاضر نیز مانند هر پژوهش دیگر در حوزه علوم اجتماعی، از محدودیت‌هایی برخوردار است در رابطه با محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به تعداد متغیرهای تأثیرگذار توجه کرد که باعث می‌شود تعداد ابعاد محدودی در نظر گرفته شود. پیشنهاد می‌گردد در مطالعه بعدی از ابعاد سازمانی دیگری همچون نوآوری، خلاقیت سازمانی و ... استفاده شود. از طرف دیگر این مطالعه در یک دانشگاه انجام پذیرفته است و لذا دامنه گسترده‌ای برای تطابق نتایج برای همه دانشگاه‌ها را ندارد. لذا پیشنهاد می‌گردد که این مطالعه را به صورت همزمان در چندین دانشگاه انجام

- گیرد که بدین وسیله قدرت پیش‌بینی نتایج افزایش پیدا کند. در آخر پیشنهاد می‌گردد این مطالعه را در سایر سازمان‌های دولتی و یا غیرانتفاعی انجام پذیرد.
- با توجه به نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش، هرچند که در جامعه مورد مطالعه کارآفرینی اجتماعی در حد مطلوبی قرار دارد اما به منظور حفظ و استمرار این ویژگی‌ها باید تلاش کرد، به این منظور می‌توان پیشنهادهای زیر را مطرح نمود:
۱. ایجاد شبکه‌ها و انجمن‌های کارآفرینی اجتماعی به طوری که افراد در قالب گروه بتوانند فعالیت‌های بیشتری داشته باشند و دامنه تأثیرگذاری فعالیت‌های آنان افزایش یابد.
 ۲. ریشه بسیاری از آسیب‌های اجتماعی در نا آگاهی افراد است، به آموزش و اطلاع‌رسانی به افراد به خصوص دانشجویان و دانشگاہیان توجه جدی شود. بدین منظور، کارگاه‌های آموزشی در زمینه‌های مختلف در دانشگاه‌ها برگزار شود. تشکیل کارگاه‌های آموزشی در دانشگاه برای آگاهی بخشی به دانشجویان، بسیار مفید است.
 ۳. به آموزش مهارت‌های کسب و کار توجه شود. این آموزش‌ها علاوه بر اینکه مهارت‌های ایجاد راه-اندازی کسب و کار را در بر می‌گیرد، باید مهارت‌های حین کار را نیز در برگیرد.
 ۴. وجود خیرین و مؤسسه‌های خیریه سرمایه اجتماعی ارزشمندی هستند. به این سرمایه باید توجه جدی شود و خیرین برای کمک به توسعه کارآفرینی اجتماعی مشارکت داده شوند. به همکاری بین مؤسسات خیریه، سازمان‌های غیردولتی توجه شود و این همکاری تقویت شود. برای این منظور، باید نظام‌های یکپارچه‌ای برای به کارگیری ظرفیت‌های سرمایه اجتماعی (خیرین، مؤسسات خیریه، سازمان‌های غیردولتی و جز آن) ایجاد شود.
 ۵. جهت بهره‌گیری بیشتر سرمایه انسانی، برنامه‌های استراتژیک را در تمام سطوح با بهره‌گیری از نظرات کارکنان پیاده‌سازی شود.
 ۶. تشویق کارکنان و مدیران به ارائه ایده‌های متنوع و متناسب با فعالیت‌های دانشگاه جهت ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی.
 ۷. تشویق دانشجویان جهت شرکت و برگزاری فعالیت‌های اجتماعی و توسعه فرهنگ کارآفرینی اجتماعی.

References

- Adler, P. S., & Kwon, S. W. (2002). Social capital: prospects for a new concept. *Academy of management review*, 27(1), 17-40.
- Agyapong, F. O.; Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1309784.
- Ahmad Pourdariani, Mahmoud.(1999). Entrepreneurship (definitions, theories, patterns). Pardis Company 57. (in Persian)
- Ahmadian, M., & Ghorbani, R. (2013). Investigating the relationship between intellectual capital and organizational performance: a case study of the ministry of economic affairs and finance. *Economic Journal*, 11 and 12, 111-130. (in Persian)
- Anderson, A. R., & Miller, C. J. (2003). Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process. *The Journal Of Socio-Economics*, 32(1), 17-36.
- Barghandan, A., & Pazand, M. (2010) The Effect of human capital on economic growth in iran, fourth year, No. 2, pp. 56-39. (in Persian)
- Barnes, J., & Liao, Y. (2012). The effect of individual, network, and collaborative competencies on the supply chain management system. *International Journal of Production Economics*, 140(2), 888-899.
- Batjargal, B. (2007). Internet entrepreneurship: social capital, human capital, and performance of internet ventures in China. *Research policy*, 36(5), 605-618.
- Battilana, J., & Lee, M. (2014). Advancing research on hybrid organizing—insights from the study of social enterprises. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 397-441.
- Becker, G. S. (2009). *Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*: university of chicago press.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: what everyone needs to know®*: oxford university press.

Bourdieu, P. The forms of capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Edited by: Richardson J. 1986: New York: Greenwood Press.

Certo, S. T., & Miller, T. (2008). Social entrepreneurship: key issues and concepts. *Business horizons*, 51(4), 267-271.

Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1998). An examination of the substitutability of founders human and financial capital in emerging business ventures. *Journal of Business Venturing*, 13(5), 353-369.

Chang, E. P. C. (2007). *Entrepreneurship and economic development and growth in America: An investigation at the county level* (Vol. 68).

Chavez, R.; Yu, W.; Jacobs, M.; Fynes, B.; Wiengarten, F., & Lecuna, A. (2015). Internal lean practices and performance: the role of technological turbulence. *International Journal of Production Economics*, 160, 157-171.

Clopton, A. W. (2011). Social capital and team performance. *Team Performance Management: an International Journal*, 17(7/8), 369-381.

Cohen, D. J., & Prusak, L. (2001). In good company: how social capital makes organizations work. *Ubiquity*, 2001(January), 3.

Coker, K. K.; Flight, R. L., & Valle, K. N. (2017). Social entrepreneurship: the role of national leadership culture. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 19(2), 125-139.

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.

Collis, D. J., & Montgomery, C. A. (1995). Competing on resources: strategy in the 1990s. *Knowledge and strategy*, 25-40.

Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: a competence-based view. *Research policy*, 34(6), 795-816.

Daugherty, P. J.; Richey, R. G.; Roath, A. S.; Min, S.; Chen, H.; Arndt, A. D., & Genchev, S. E. (2006). Is collaboration paying off for firms? *Business horizons*, 49(1), 61-70.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.

De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: a theoretical framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 41-56.

De Lange, D., & Dodds, R. (2017). Increasing sustainable tourism through social entrepreneurship. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1977-2002.

Dess, J. G.; Economy, P., & Emerson, J. (2001). *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*: john wiley.

Dimov, D. (2017). Towards a qualitative understanding of human capital in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(2), 210-227.

Dimov, D. P., & Shepherd, D. A. (2005). Human capital theory and venture capital firms: exploring “home runs” and “strike outs”. *Journal of business venturing*, 20(1), 1-21.

Dodd, M. D. (2016). Intangible resource management: social capital theory development for public relations. *Journal of Communication Management*, 20(4), 289-311.

Doong, S.-C.; Fung, H.-G., & Wu, J.-Y. (2011). Are social, financial, and human capital value enhancing? evidence from taiwanese firms. *International Review of Economics & Finance*, 20(3), 395-405.

Edelman, L. F.; Bresnen, M.; Newell, S.; Scarbrough, H., & Swan, J. (2004). The benefits and pitfalls of social capital: empirical evidence from two organizations in the united kingdom. *British Journal of Management*, 15(S1), S59-S69.

Eker, M., & Pala, F. (2008). The effect of competition, just in time production and total quality management on the use of multiple performance measures: an empirical study. *Journal of Economic & Social Research*, 10(1), 35-72.

Engelman, R.; Fracasso, M.; Neto, M., & Schmidt, S. (2015). *The influence of intellectual capital on absorptive capacity and product innovation*. paper presented at the xvi congresso latina-iberoamericana de gestao do tecnologia.

Estrin, S.; Mickiewicz, T., & Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 31(4), 449-467.

Felício, J. A.; Couto, E., & Caiado, J. (2014). Human capital, social capital and organizational performance. *Management Decision*, 52(2), 350-364.

Felício, J. A.; Gonçalves, H. M., & da Conceição Gonçalves, V. (2013). Social value and organizational performance in non-profit social organizations: Social entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects. *Journal of Business Research*, 66(10), 2139-2146.

Galbraith, C. S.; Rodriguez, C. L., & Stiles, C. H. (2007). Social capital as a club good: the case of ethnic communities and entrepreneurship. *Journal of Enterprising communities: people and places in the global economy*, 1(1), 38-53.

Gliedt, T., & Parker, P. (2007). Green community entrepreneurship: creative destruction in the social economy. *International Journal of Social Economics*, 34(8), 538-553.

Hindle, K.; Klyver, K., & Jennings, D. F. (2009). An “informed” intent model: incorporating human capital, social capital, and gender variables into the theoretical model of entrepreneurial intentions *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 35-50): Springer.

Inman, R. A.; Lair Sale, M., & Green Jr, K. W. (2009). Analysis of the relationships among TOC use, TOC outcomes, and organizational performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 29(4), 341-356.

Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal*, 7(2), 130-149.

Juma, N., & McGee, J. (2006). The relationship between intellectual capital and new venture performance: an empirical investigation of the moderating role of the environment. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 3(04), 379-405.

Kaasa, A. (2015). Culture, religion and social capital: evidence from european regions. *International Journal Of Sociology And Social Policy*, 35(11/12), 772-794.

Kennerley, M., & Neely, A. (2002). A framework of the factors affecting the evolution of performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(11), 1222-1245.

Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur: Demos*.

Lechner, C.; Frankenberger, K., & Floyd, S. W. (2010). Task contingencies in the curvilinear relationships between intergroup networks and initiative performance. *Academy of Management Journal*, 53(4), 865-889.

Lee, R., & Jones, O. (2015). Entrepreneurial social capital research: resolving the structure and agency dualism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(3), 338-363.

Lee, S. (2018). Shared capitalism, social capital, and intra-organizational dynamics. *Journal of Participation and Employee Ownership*, 1(2/3), 144-161.

Lengnick-Hall, M. L.; Lengnick-Hall, C. A., & Rigsbee, C. M. (2013). Strategic human resource management and supply chain orientation. *Human Resource Management Review*, 23(4), 366-377.

Lepoutre, J.; Justo, R.; Terjesen, S., & Bosma, N. (2013). Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the global entrepreneurship monitor social entrepreneurship study. *Small Business Economics*, 40(3), 693-714.

Light, I., & Dana, L. P. (2013). Boundaries of social capital in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 603-624.

Ma, Z.; Zhu, J.; Meng, Y., & Teng, Y. (2019). The impact of overseas human capital and social ties on chinese returnee entrepreneurs' venture

performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(1), 67-83.

Mahajan, A., & Benson, P. (2013). Organisational justice climate, social capital and firm performance. *Journal of Management Development*, 32(7), 721-736.

Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.

Marimuthu, M.; Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). Human capital development and its impact on firm performance: evidence from developmental economics. *Journal of international social research*, 2(8).

Marjani, T., & Sadri, S. S. (2014). Development of social entrepreneurship; Injuries, effective factors and solutions. *organizational culture management*, 12 (2), 277-297. (in Persian)

Martín-de-Castro, G.; Delgado-Verde, M.; López-Sáez, P., & Navas-López, J. E. (2011). Towards 'an intellectual capital-based view of the firm': origins and nature. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 649-662.

Martin, R. L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: the case for definition: stanford social innovation review stanford, CA.

Madhoshi, M., & Jafari Samimi, M. H. (2014). Investigating the relationship between social capital and social entrepreneurship in non-profit higher education institutions in babol. ministry of science, research and technology - mazandaran university - faculty of administrative sciences and economics.(in Persian)

Morris, N. M.; Kuratko, D. F., & Pryor, C. G. (2014). Building blocks for the development of university-wide entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(1), 45-68.

Naderi, A.; Heidari Kibriti, T., & Amiri, A. (2015). Relationship between human capital and organizational performance: a case study of asia insurance company. *leadership and educational management research*, 2(5), 1-30. (in Persian)

Nahapiet, J. (2009). Capitalizing on connections: social capital and strategic management. *social capital: reaching out, reaching in*, 205-236.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of management review*, 23(2), 242-266.

Nawanir, G.; Kong Teong, L., & Norezam Othman, S. (2013). Impact of lean practices on operations performance and business performance: some evidence from Indonesian manufacturing companies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 24(7), 1019-1050.

Nyaga, G. N.; Whipple, J. M., & Lynch, D. F. (2010). Examining supply chain relationships: do buyer and supplier perspectives on collaborative relationships differ? *Journal of operations management*, 28(2), 101-114.

Obeidat, B. Y.; Tarhini, A.; Masa'deh, R. e., & Aqqad, N. O. (2017). The impact of intellectual capital on innovation via the mediating role of knowledge management: a structural equation modelling approach. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 8(3-4), 273-298.

Olander, H., Hurmelinna-Laukkanen, P., & Heilmann, P. (2015). Human resources—strength and weakness in protection of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 16(4), 742-762.

Omoredede, A. (2014). Exploration of motivational drivers towards social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 10(3), 239-267.

Pache, A.-C., & Chowdhury, I. (2012). Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 494-510.

Pandey, S. K., & Moynihan, D. (2006). Bureaucratic red tape and Organizational performance: Testing. *Public service performance: Perspectives on measurement and management*, 130.

Parker, S. C. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship? *Journal of business venturing*, 26(1), 19-34.

Postelnicu, L., & Hermes, N. (2018). The economic value of social capital. *International Journal of Social Economics*, 45(6), 870-887.

Raimi, L.; Akhuemonkhan, I., & Ogunjirin, O. D. (2015). Corporate social responsibility and entrepreneurship (CSRE): antidotes to poverty, insecurity and underdevelopment in nigeria. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 56-81.

Richards, A., & Reed, J. (2015). Social capital's role in the development of volunteer-led cooperatives. *Social Enterprise Journal*, 11(1), 4-23.

Scafarto, V.; Ricci, F., & Scafarto, F. (2016). Intellectual capital and firm performance in the global agribusiness industry: the moderating role of human capital. *Journal of Intellectual Capital*, 17(3), 530-552.

Seelos, C.; Ganly, K., & Mair, J. (2006). Social entrepreneurs directly contribute to global development goals *Social entrepreneurship* (pp. 235-275): springer.

Shah, R., & Ward, P. T. (2003). Lean manufacturing: context, practice bundles, and performance. *Journal of Operations Management*, 21(2), 129-149.

Shepherd, D. A., & DeTienne, D. R. (2005). Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 91-112.

Sinha, N.; Garg, A. K., & Dhall, N. (2016). Effect of TQM principles on performance of indian SMEs: the case of automotive supply chain. *The TQM Journal*, 28(3), 338-359.

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management *Entrepreneurship* (pp. 155-170): Springer.

Terry Kim, T.; Lee, G.; Paek, S., & Lee, S. (2013). Social capital, knowledge sharing and organizational performance: what structural relationship do they have in hotels? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 683-704.

Tipu, S. A. A., & Fantazy, K. (2018). Exploring the relationships of strategic entrepreneurship and social capital to sustainable supply chain management and organizational performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(9), 2046-2070.

Tomer, J. (2014). 11 Improving the standard of living through investments in intangible capital. *A brighter future: improving the standard of living now and for the next generation*, 229.

Unger, J. M.; Rauch, A.; Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: a meta-analytical review. *Journal of business venturing*, 26(3), 341-358.

Vidotto, J. D. F.; Ferenhof, H. A.; Selig, P. M., & Bastos, R. C. (2017). A human capital measurement scale. *Journal of Intellectual Capital*, 18(2), 316-329.

Yoon, H.; Yun, S.; Lee, J., & Phillips, F. (2015). Entrepreneurship in east asian regional innovation systems: role of social capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 100, 83-95.

Zhang, M.; Guo, H., & Zhao, X. (2017). Effects of social capital on operational performance: impacts of servitisation. *International Journal of Production Research*, 55(15), 4304-4318.