

فصلنامه مطالعات نوین بانکی

ISSN : 2645-5420

شماره مجوز: ۸۳۲۸۹ ((شماره دوازدهم-پاییز ۱۴۰۰))

تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک با توجه به نقش تعدیل گری ظرفیت جذب (مورد مطالعه: بانک ملی ایران)

(تاریخ دریافت ۱۴۰۰/۰۳/۰۲، تاریخ تصویب ۱۴۰۰/۰۹/۲۰)

سعید توده رنجبر^۱

کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - گرایش استراتژیک

مراد کردی^۲

استادیار دانشگاه پیام نور واحد کرج

چکیده

سرمایه اجتماعی شرکت‌ها یکی از مهم‌ترین دارایی‌ها و از عوامل کلیدی مهم بر بهبود روندهای مرتبط با نوسازی استراتژیک تلقی می‌شود. به بیانی دیگر سرمایه اجتماعی مبتنی بر تعاریف، یکی از منابع ناملموس شرکت‌ها است که از شبکه روابط انسانی در درون سازمان نشأت گرفته است. هدف اصلی از مطالعه حاضر تعیین تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک با توجه به نقش تعدیل گری ظرفیت جذب (مورد مطالعه: بانک ملی ایران) بوده است. از این رو در این پژوهش، تأثیر عوامل تثبیت شده در نوسازی استراتژیک، شامل سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی با توجه به نقش تعدیل گری ظرفیت جذب، بر نوسازی استراتژیک، مورد بررسی قرار گرفته است. مقاله حاضر از نوع کاربردی می‌باشد زیرا هدف از انجام آن توسعه دانش کاربردی در زمینه بررسی موضوع یا مشکلی در محیط واقعی یک شرکت یا سازمان می‌باشد.

^۱ نویسنده مسئول. آدرس پست الکترونیک: saeed.toudehnanjbar۱۴۰۰@gmail.com

^۲ آدرس پست الکترونیک: Morad.kordi@gmail.com

همچنین در زمینه نحوه گردآوری داده‌ها نیز مطالعه حاضر مطالعه‌ای توصیفی از نوع همبستگی است. در این مطالعه به‌منظور تحلیل داده‌ها از دو رویکرد کلی آماری آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. آمار توصیفی به‌منظور توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه آماری در کنار سنجش شاخص‌های پراکندگی داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، آمار استنباطی و روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به‌منظور بررسی معناداری تأثیر مفروض متغیرها بر یکدیگر مورد استفاده قرار گرفت. نرم‌افزارهای مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS و نرم‌افزار SMART-PLS می‌باشند. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌های این پژوهش، حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی سازمان بر گرایش به کارآفرینی سازمان بیشترین تأثیر مثبت و معنادار را داشته است و همچنین بر این اساس می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی با نقش تعدیلگر ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، دارای کمترین اثر مثبت بوده است.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، گرایش به کارآفرینی، چابکی استراتژیک، نوسازی استراتژیک و ظرفیت جذب

مقدمه

در دنیای رقابتی و دانش کنونی بقای شرکت‌ها مستلزم توجه ویژه به نوآوری است. محیط کسب‌وکار بسیار پویا می‌باشد به گونه‌ای که کوتاهی در برنامه‌ریزی و اجرای نوآوری در سازمان‌ها باعث کاهش رقابت‌پذیری خواهد شد. این واقعیت، علاقه و نظر محققان حوزه کسب‌وکار را به سرمایه اجتماعی به عنوان عامل مهم و پیشاینده اثرگذار در ارتقای سطح عملکرد، موفقیت و خلق مزیت رقابتی سازمان جلب کرده است. بنابر نظر محققان حوزه کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی زیربنای نوآوری در سطح سازمان محسوب می‌شود (Martínez-Pérez et al ۲۰۱۶). سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی - های سازمان تلقی می‌گردد زیرا از یک طرف فرایند خلاقیت، نوآوری و یادگیری گروهی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از طرفی دیگر تحقق آن را آسان می‌سازد (Cuevas-Rodríguez et al ۲۰۱۴). در این بخش به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک با توجه به نقش تعدیل‌گری ظرفیت جذب (مورد مطالعه: بانک ملی ایران) و بررسی مواردی مانند بیان مسئله، اهمیت و ضرورت تحقیق، اهداف و فرضیات تحقیق و روش‌شناسی آن پرداختیم.

بخش اول: بیان مساله

امروزه سازمان‌ها با محیط‌های عملیاتی به شدت پویا و پرتغییر روبرو می‌باشند. در چنین محیط - هایی بروز تحولات قابل توجه و عموماً غیرقابل پیش‌بینی در فناوری‌ها، سیاست‌ها و قوانین و مقررات، روندها و گرایشات بازار امری به شدت شایع بوده و بخش عمده‌ای از فرایندهای تصمیم‌گیری سازمان‌ها صرف تحلیل چنین شرایطی می‌گردد. در این زمینه سازمان‌ها به خصوص سازمان‌های درگیر در رقابت‌های سنگین بازار همچون بانک‌ها چاره‌ای جز ایجاد تغییرات مکرر در روندهای کسب و کاری خود از طریق ایجاد تغییر و تحول در تصمیمات و قابلیت‌های استراتژیک خود به منظور انطباق با این تحولات نخواهند داشت. این مسئله در

چارچوب نوسازی استراتژیک^۱ جای گرفته و نشان از تلاش‌های سازمان‌ها به منظور همراستایی میان استراتژی‌های کلیدی سازمان و روندها و جریان‌های متغیر بازار دارد. از منظر تعریف رسمی، نوسازی استراتژیک به تجدید حیات عملکردها و عملیات‌های یک شرکت از طریق ایجاد تغییر در محدوده کسب و کار و یا اقدامات در بازار آن اشاره دارد. این پدیده به عنوان یک پدیده قالب و دائمی در سازمان‌ها به خصوص سازمان‌های تجاری درگیر در رقابت‌های شدید در بازار از جمله کلیدی‌ترین اقدامات در مسیر بهبود عملکردهای مالی و ارتقاء جایگاه و تصویر و شهرت سازمان نزد مشتریان و سایر ذی‌نفعان معرفی شده است اما علل و عوامل گوناگونی قادر به تقویت اثربخشی اقدامات نوسازی استراتژیک می‌باشند (Shu et al ۲۰۱۹).

مطالعات نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی^۲ شرکت‌ها یکی از مهمترین دارایی‌ها و از عوامل کلیدی اثرگذار بر بهبود روندهای مربوط به نوسازی استراتژیک محسوب می‌گردد؛ سرمایه اجتماعی مبتنی بر تعاریف، یکی از منابع ناملموس شرکت‌ها است که برآمده از شبکه روابط انسانی در درون سازمان است. این سرمایه دربردارنده مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای مشترک است که به افراد اجازه می‌دهد تا با یکدیگر تحت یک گروه یا تیم کار کرده و به‌طور اثربخشی به اهداف مشترک دست یابند (Sanchez-Famoso et al ۲۰۱۴) در این زمینه مطالعاتی چون (Yasir et al ۲۰۱۷)، سرمایه اجتماعی و عناصر شکل دهنده به آن فراهم کننده بنیان‌های خلق و به اشتراک گذاری مؤثر دانش در سازمان بوده که این عامل خود قادر به بهبود نوسازی استراتژیک در سازمان خواهد شد. از سویی دیگر، یکی از پیشایندهای کلیدی نوسازی استراتژیک در هر سازمانی می‌تواند گرایش به کارآفرینی^۳ آن سازمان باشد؛ به واقع نوسازی استراتژیک خود یکی از فعالیت‌ها و اقدامات مربوط به کارآفرینی سازمانی بوده (Covin. and Miles , ۲۰۰۹). و همچون سایر اقدامات مربوط به کارآفرینی طبیعتاً در ابتدا و بدو اثرپذیر از گرایش‌های سازمانی در زمینه کارآفرینی خواهد بود؛ از آنجایی که

^۱. Strategic renewal

^۲. Social capability

^۳. Entrepreneurial orientation

گرایش به کارآفرینی منعکس کننده وضعیت و نگرش سازمان و مدیران آن نسبت به فعالیت - های کارآفرینانه در قالب ریسک پذیری، نوآوری خواهی و آینده نگری است، از این رو می - توان انتظار داشت که این عامل بتواند نوسازی استراتژیک را تحت تأثیر قرار دهد. به علاوه، چابکی استراتژیک^۱ نیز عامل دیگری است که می تواند بر نوسازی استراتژیک اثرگذار باشد؛ به واقع چابکی استراتژیک ابزاری بنیادین است که شرکت ها را قادر می سازد تا در برابر تغییرات و تحولات محیطی واکنش پذیری سریع تری داشته و تغییرات لازم و ضروری را در جهت بهبود رفتارها و شکل دهی به قابلیت ها و توسعه دانش های مورد نیاز به منظور دستیابی به اهداف استراتژیک شناسایی نمایند (Cunha et al ۲۰۲۰). شرکت های توانمند در زمینه چابکی استراتژیک قادرند تا به شیوه ای اثربخش تر منابع داخلی و بیرونی خود را در بلندمدت دستخوش تغییر و تحول نموده و به اهداف نوسازی استراتژیک در سازمان دستیابی مطلوبی - تری خواهند داشت (Al Humaidan and Sabatier, ۲۰۱۷) بدین ترتیب می توان انتظار داشت که چابکی استراتژیک عاملی کلیدی در جهت دستیابی به نوسازی استراتژیک باشد. نهایتاً این که مطالعات بر نقش ظرفیت جذب دانشی سازمان ها به عنوان عاملی مهم در زمینه مدیریت و بکارگیری دانش برون سازمانی تأکید داشته و این عامل را به عنوان یکی از عناصر اثرگذار بر تحول و نوسازی اثربخش در سازمان معرفی نموده اند. مبتنی بر توضیحات ارائه شده مطالعه حاضر به دنبال بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک با توجه به نقش تعدیل گری ظرفیت جذب در صنعت بانکداری کشور و به طور خاص بانک ملی ایران می باشد. بانک ملی به عنوان یکی از قدیمی - ترین بانک ها، امروزه در قالب یک بانک دولتی درگیر رقابت های شدید بین بانکی در زمینه حفظ مشتریان و جذب مشتریان جدید بوده و به دلیل ساختار دولتی خود به شدت نیازمند نوسازی استراتژیک در راستای تطبیق و سازگار نمودن قابلیت ها، استراتژی ها و روندهای خود با شرایط به شدت متغیر محیطی در صنعت بانکداری می باشد. به واقع، بانک ملی از این طریق

^۱. Strategic agility

قادر خواهد بود تا عملکردهای مطلوب تری را از خود نشان دهد. زیرا ساختار دولتی و تأمین بودجه دولتی منجر به نیاز بیشتر این بانک به نوسازی‌های استراتژیک در راستای تقویت قدرت رقابتی آن با سایر بانک‌ها گردیده است. از این رو دغدغه اصلی پژوهشگر در زمینه طرح چنین موضوعی رقابت شدید در صنعت بانکداری و اثرات قابل توجه نوسازی استراتژیک اثربخش بر عملکردهای سازمانی می‌باشد. بدین ترتیب مطالعه کوشش خواهد داشت تا به بررسی نقش برخی از مهمترین پیشایندهای اثرگذار بر نوسازی استراتژیک در صنعت بانکداری بپردازد. مبتنی بر توضیحات ارائه شده می‌توان سؤال اصلی پژوهش را به شکل زیر مطرح نمود: تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک چیست؟ در این میان نقش تعدیل‌گری ظرفیت جذب چگونه است؟

بخش دوم: اهمیت و ضرورت تحقیق

به لحاظ نظری مطالعاتی چون (Shu et al ۲۰۱۹)، نوسازی استراتژیک اثربخش را به عنوان عاملی کلیدی در جهت دستیابی به عملکرد سازمانی مطلوب و نیز شهرت سازمانی مطلوب معرفی نمود و تلاش سازمان‌ها در جهت نوسازی استراتژیک را دربردارنده این دو برون‌داد کلیدی در جهان تجارت برشمرد. به علاوه آنکه (Herbane, ۲۰۱۹)، توسعه خدمات و محصولات مناسب با شرایط متغیر بازارها را مشروط به توانمندی شرکت‌ها در جهت توسعه نوآوری‌ها و استراتژی‌های اثربخش معرفی نمود که دستیابی به آن‌ها از مسیر نوسازی استراتژیک میسر خواهد بود. بدین ترتیب نوسازی استراتژیک مقوله‌ای به شدت حیاتی برای سازمان‌ها محسوب می‌گردد. از این رو یکی از جنبه‌های اهمیت مطالعه حاضر تمرکز بر بررسی نقش برخی از پیشایندها بر توسعه و تقویت نوسازی استراتژیک با تمرکز بر صنعت بانکداری است. به خصوص آنکه بررسی‌های پژوهشگر منتج به شناسایی مطالعه‌ای داخلی در این حیطه نگردید. مطالعه حاضر از طریق ارائه راهکارها و پیشنهادهای می‌تواند دربردارنده مزیت‌ها و منافع کاربردی برای ذی‌نفعان این مطالعه یعنی صنعت بانکداری و به‌طور خاص بانک ملی ایران باشد. در این زمینه می‌توان به ارائه راهکارها و پیشنهادهای در زمینه بهبود و

تقویت سرمایه اجتماعی در صنعت بانکداری در جهت دستیابی به پیامدها و برون دادهای مهم آن و نیز ارائه راهکارهایی در جهت تقویت و توسعه دو عامل کلیدی گرایش کارآفرینانه در سازمان و چابکی استراتژیک در سازمان به منظور بهره‌گیری از پیامدهای این دو عامل به خصوص در حیطه اثرگذاری بر نوسازی استراتژیک اشاره داشت.

بخش سوم: ادبیات تحقیق

بند اول: سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی شرکت‌ها یکی از مهم‌ترین دارایی‌ها و از عوامل کلیدی مهم بر بهبود روندهای مرتبط با نوسازی استراتژیک تلقی می‌شود. به بیانی دیگر سرمایه اجتماعی مبتنی بر تعاریف، یکی از منابع ناملموس شرکت‌ها است که از شبکه روابط انسانی در درون سازمان نشأت گرفته است. سرمایه اجتماعی اغلب بر روابط میان افراد متمرکز است؛ روابطی که در تمام لحظات زندگی روزمره و در طول عمر انسان‌ها، جریان دارد و بر رفتار و نگرش آن‌ها اثر می‌گذارد (جوان‌پور و همکاران، ۱۳۹۶). نه‌اپایت و گوشال (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی را به سه بُعد ساختاری، شناختی و ارتباطی تقسیم نموده‌اند:

- سرمایه اجتماعی ساختاری: در برگیرنده تمامی ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان است که پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرایندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و به‌طور کلی هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بیش‌تر از ارزش مادی باشد را شامل می‌شود.
- سرمایه اجتماعی ارتباطی: توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد به‌خاطر سابقه تعاملات‌شان با یکدیگر برقرار می‌کنند (پیران و همکاران، ۱۳۹۱). مطابق با بولینو و همکاران (۲۰۰۲)، این بُعد با سطوح بالایی از اعتماد، هنجارهای مشترک، تکالیف و هویت متقابل مشخص می‌گردد.

- سرمایه اجتماعی شناختی: این بُعد به عنوان یک مکانیزم پیونددهنده به افراد سازمان در ادغام و یکپارچه سازی منابع کمک زیادی کرده و در نتیجه باعث کاهش تضاد، تسهیل ارتباطات و ایجاد اهداف مشترک می شود. مهم ترین جنبه های این ابعاد، زبان، کدهای مشترک و حکایات مشترک هستند (غیاثی ندوشن و امین الرعایا، ۱۳۹۵).

بند دوم: چابکی استراتژیک

مفهوم چابکی استراتژیک ریشه در دو مفهوم مرتبط سازگاری سازمانی (جنبه واکنشی) و انعطاف پذیری سازمانی (جنبه پیشگیرانه) دارد. چابکی استراتژیک توانایی سازمان در توسعه و بهره برداری از ساختار دانش خود به منظور رقابت در محیط نامطمئن و غیرقابل پیش بینی می باشد. ایجاد چابکی استراتژیک در عصر اقتصاد نوآور، چالشی است که اکثر شرکت ها و سازمان ها در انجام آن موفق نیستند و حتی برخی سازمان ها بعد از کسب آن نیز قابلیت حفظ آن را ندارند و با گذشت زمان، به علت تمرکز بیش از اندازه بر رشد و موفقیت و فراموش کردن نیاز به چابک شدن، توانایی خود را از دست می دهند (قبادی و همکاران، ۱۳۹۹).

بند سوم: گرایش به کارآفرینی

لامپکین و دس (۱۹۹۶)، بیان کردند، گرایش به کارآفرینی به عنوان روش ها، اقدامات و سبک های تصمیم گیری که مدیران برای فعالیت های اقتصادی استفاده می کنند، تعریف می گردد. میلر (۱۹۸۳) و کووین و اسلوین (۱۹۸۹)، سه جنبه مهم را برای تعریف ساختار گرایش به کارآفرینی شناسایی نمودند: نوآوری، پیش فعالی و ریسک پذیری.

- نوآوری به گرایش شرکت برای حمایت از ایده های جدید، تازگی و خلاقیت و فرایندی که به تولید محصولات، خدمات یا فناوری جدید منجر می شود، اشاره دارد.
- پیش فعالی نشان دهنده چشم انداز آینده است، تغییرات و فرصت ها را در محیط کسب و کار پیش بینی می کند، محصولات جدید را تولید کرده یا محصولات فعلی را

بهبود می‌بخشد و در نهایت نیز روند بازار آینده را شناسایی کرده و تاکتیک‌ها را ارتقا یا تغییر می‌دهد.

- ریسک‌پذیری نشان‌دهنده تمایل به استفاده از فرصت‌های ایجادشده در محیط است اگرچه شرکت نه از احتمال موفقیت خود اطلاع دارد و نه از عواقب اقدامات خود. به‌طور خلاصه، شرکت‌های کارآفرین، به توسعه پروژه‌های خلاق و نوآور از طریق پیش‌بینی فرصت‌ها در بازار و غلبه بر رقبا تمایل دارند. انتظارات این شرکت‌ها از اقداماتشان بالاست اما مخاطرات را نیز در نظر می‌گیرند؛ اما شرکت‌های غیرکارآفرین، به واکنش انفعالی، تطابق و دوری از مخاطره بر مبنای سیاست پیروی و متابعت از رقبا تمایل دارند

بند چهارم: نوسازی استراتژیک

به گفته اشمیت و همکاران (۲۰۱۸)، نوسازی استراتژیک شامل تحول در توانایی‌های اصلی سازمان مربوط به مزیت رقابتی آن است، با کل سازمان معامله می‌کند، در تمامی سطوح سازمانی تأثیر می‌گذارد و برای رفع وابستگی بسیار مهم است. به‌طور کلی، نوسازی استراتژیک سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا تکنیک‌های کاملاً جدیدی را برای استفاده از صلاحیت‌های اصلی و نگرشی رقابتی خود کشف و یاد بگیرند.

بند پنجم: ظرفیت جذب

ظرفیت جذب، عبارت است از ظرفیت سازمان برای ارزش‌گذاری، مطابقت با منابع خارجی و به‌کار بردن دانش از این منابع به‌منظور تحقق اهداف تجاری خود (الهی، ۱۳۹۴). ظرفیت جذب درواقع توانایی سازمان در اکتشاف دانش بیرونی است. جایگاه ظرفیت جذب در فرایند مدیریت دانش، در مرحله دست‌یابی به دانش بیرونی و استقرار و اعمال آن در پایه دانشی سازمان است. ظرفیت جذب توانایی تشخیص ارزش اطلاعات جدید، هضم این اطلاعات و اجرای آن برای تحقق اهداف تجاری سازمان می‌باشد (سرائی و غفاری، ۱۳۹۸).

بخش چهارم: پیشینه پژوهش

بند اول: پیشینه داخلی

شرای و همکاران (۱۳۹۹)، تحقیقی در زمینه بررسی تأثیر جایگاه بازاریابی کارآفرینانه بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر نوسازی استراتژیک انجام دادند. این تحقیق از حیث هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است. نتایج حاکی از آن است که بازاریابی کارآفرینانه و خلق ارزش بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین بازاریابی کارآفرینانه، سبک رهبری کارآفرینانه و نوسازی استراتژیک بر خلق ارزش مشترک اثر گذاشته و نوسازی استراتژیک نیز رابطه خلق ارزش مشترک و پایداری شرکتی را به صورت مثبت تعدیل می‌کند.

کلابی و کریمی‌راد (۱۳۹۹)، مطالعه‌ای در زمینه نوسازی استراتژیک کارآفرینانه در دوران پساکرونا و در میان شرکت‌های فعال در صنعت گردشگری کشور را به انجام رساندند. از منظر هدف توسعه‌ای- کاربردی است و رویکردی کیفی و همچنین از منظر گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. این پژوهش در دو فاز صورت گرفته که در فاز اول با استفاده از روش فراترکیب ۲۳ مقاله از ۱۴۲ نمونه مورد بررسی دقیق قرار گرفته و داده‌ها براساس تحلیل محتوا، کدگذاری گردید. براساس یافته‌ها خلاقیت و نوآوری، منابع انسانی، رهبری و قابلیت‌ها و توانمندی‌های سازمانی، عوامل مؤثر بر نوسازی استراتژیک کارآفرینانه می‌باشد.

قاسمی (۱۳۹۹)، مطالعه‌ای در زمینه بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چابکی سازمانی با نقش میانجی هوش سازمانی، سرمایه فکری و یادگیری سازمانی را در بانک خاورمیانه به انجام رساند. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارشناسان ستاد مرکزی و ۹ شعب بانک خاورمیانه شهر تهران به تعداد ۴۷۰ نفر و طبق فرمول کوکران مقدار حجم نمونه ۲۱۲ نفر تعیین گردید. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی بر چابکی سازمانی با نقش میانجی هوش سازمانی، سرمایه فکری و یادگیری سازمانی در بانک خاورمیانه تأثیرگذار است.

بند دوم: پیشینه خارجی

مطالعه‌ای در زمینه نقش سرمایه اجتماعی در زمینه توسعه نوسازی استراتژیک شرکت‌ها را با توجه به نقش‌های بر نوسازی گرایش به کارآفرینی و انعطاف پذیری استراتژیک به انجام رساندند. هدف از این مطالعه بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی استراتژیک در حضور متغیر میانجی گر گرایش به کارآفرینی و تعدیل گر انعطاف پذیری استراتژیک می‌باشد. در این زمینه پژوهشگران داده‌های خود را مبتنی بر نمونه‌ای از مالکان و مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط پاکستانی گردآوری گردید. نتایج حاصله از تحلیل داده‌ها نشان دادند که گرایش به کارآفرینی میانجی گر معناداری برای رابطه مثبت میان سرمایه اجتماعی و نوسازی استراتژیک بوده و انعطاف پذیری سازمانی نیز تقویت‌کننده رابطه بین سرمایه اجتماعی و نوسازی استراتژیک در میان شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد.

مطالعه‌ای در زمینه نقش قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ظرفیت‌های جذب سازمانی بر چابکی سازمانی را به انجام رساندند. در این مطالعه نقش تعدیل‌گری شدت اطلاعات نیز مورد توجه قرار گرفت. هدف از این پژوهش بررسی نقش ویژگی‌های مختلف فناوری اطلاعات در سازمان بر ظرفیت جذب سازمانی و نقش ظرفیت جذب بر چابکی‌های مختلف سازمان می‌باشد. در این زمینه پژوهشگران داده‌های مورد نیاز پژوهش را از نمونه‌ای ۱۶۵ تایی از سازمان‌های مختلف چینی گردآوری نمودند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که از یک سو، سه بعد قابلیت‌های فناوری اطلاعات یعنی دانش فناوری اطلاعات، عملیات‌های فناوری اطلاعات و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات بر ظرفیت جذب تأثیرات معناداری داشته و ظرفیت جذب نیز بر چابکی ارزیابی و چابکی انطباق سازمان اثرات معناداری دارد.

بخش ششم: اهداف و فرضیه‌های تحقیق

هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی، چابکی استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک با توجه به نقش تعدیل‌گری ظرفیت جذب می‌باشد و فرضیه‌های تحقیق به بررسی این موضوعات می‌پردازد که سرمایه اجتماعی، چابکی

استراتژیک و گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک تأثیر معناداری دارد و همچنین ظرفیت جذب تعدیل گر تأثیر سرمایه اجتماعی بر چابکی و نوسازی استراتژیک می باشد.

بخش هفتم: روش تحقیق

جامعه آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه

جامعه آماری مطالعه حاضر متشکل از مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران به تعداد ۶۳۰ شعبه بود. حجم نمونه باتوجه به معین بودن حجم جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران محاسبه خواهد شد. همچنین با توجه به پراکندگی شعب در سطح شهر تهران، روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای بود.

بخش هشتم: ابزارهای پژوهش

پرسشنامه این تحقیق شامل دو قسمت سوال های فردی و سوال های تخصصی می باشد. سوال های فردی شامل جنسیت، سن، تحصیلات و سابقه کار و سوال های تخصصی متشکل از ۴۱ سوال می باشد. سوال های تحقیق از نوع سوال های بسته و ۵ گزینه ای می باشند. تعداد سوالات مربوط به هر یک از متغیرها در جدول شماره ۱ آورده شده است.

جدول شماره ۱: متغیرهای پرسشنامه پژوهش

متغیرها	ابعاد	تعداد سؤالات	شماره سؤالات	منابع
سرمایه اجتماعی	بعد ساختاری	۵ سوال	۵-۱	Fandiño et al(۲۰۱۵)
	بعد شناختی	۵ سوال	۱۰-۶	
	بعد رابطه ای	۵ سوال	۱۵-۱۱	
گرایش به	-	۶ سوال	۲۱-۱۶	Jalilvand et

کارآفرینی				al(۲۰۱۷)
چابکی استراتژیک	توانایی فناوریانه	۳ سوال	۲۴-۲۲	Shin Et Al(۲۰۱۵)
	نوآوری های مشارکتی	۳ سوال	۲۷-۲۵	
	یادگیری سازمانی	۴ سوال	۳۱-۲۸	
	هماهنگی های داخلی	۳ سوال	۳۴-۳۲	
ظرفیت جذب	-	۳ سوال	۳۷-۳۵	Chen Et Al(۲۰۰۹)
نوسازی استراتژی	-	۴ سوال	۴۱-۳۸	Zahra(۱۹۹۶)

در این تحقیق نیز برای بررسی قابلیت اعتماد ابزار سنجش (طیف ها) مورد استفاده، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. به منظور محاسبه پایایی پرسشنامه تحقیق تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه اولیه بین افراد جامعه توزیع و جمع آوری شد و سپس با استفاده از نرم افزار SPSS مقدار آلفای محاسبه شده برای پرسشنامه، ۰/۹۷۸ به دست آمد که با توجه به این مقدار، ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده بیشتر از ۰/۷ بود. بنابراین ابزار پژوهش از پایایی لازم برخوردار است. آلفای کرونباخ برای تک تک متغیرها نیز در جدول شماره ۲، ارائه شده است.

جدول ۲: آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیرها	ابعاد	تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	بعد ساختاری	۵ سوال	۰/۹۴۵
	بعد شناختی	۵ سوال	
	بعد رابطه‌ای	۵ سوال	
گرایش به کارآفرینی	-	۶ سوال	۰/۹۰۰
چابکی استراتژیک	توانایی فناورانه	۳ سوال	۰/۹۱۱
	نوآوری‌های مشارکتی	۳ سوال	
	یادگیری سازمانی	۴ سوال	
	هماهنگی‌های داخلی	۳ سوال	
ظرفیت جذب	-	۳ سوال	۰/۹۰۳
نوسازی استراتژی	-	۴ سوال	۰/۹۵۱

بخش نهم: روش و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل اطلاعات در مطالعه حاضر از دو بخش کلی تشکیل شده است. در بخش اول آمار توصیفی، با توجه به متغیرهای مورد نظر توصیف شده از جامعه مورد مطالعه، تصویری از وضعیت موجود ارائه گردید. در بخش دوم آمار استنباطی نیز به بررسی تأثیرات متغیرها بر یکدیگر پرداخته شد. در این پژوهش مدلیابی معادلات ساختاری به منظور تبدیل سازه‌ها و مفاهیم کیفی به سازه‌ها و مفاهیم کمی مورد استفاده قرار گرفت. به علاوه آزمون‌هایی چون

کی ام او و بارتلت در راستای بررسی مطلوبیت همبستگی میان متغیرها و کولموگروف و اسمیرنوف در جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها نیز پیاده‌سازی شد.

بخش دهم: یافته‌ها

بند اول: آمار توصیفی

ترکیب جنسیتی اعضای نمونه

براساس جدول شماره ۳ فراوانی‌ها، در این مطالعه ۹۵/۴ درصد از مدیران شعب مرد و ۴/۶ درصد از آنها خانم بوده‌اند.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
مرد	۲۳۸	۹۵/۴	۹۵/۴
زن	۱۱	۴/۶	۱۰۰
جمع	۲۳۹	۱۰۰	

ترکیب سنی اعضای نمونه

جدول شماره ۴ نشان‌دهنده توزیع نمونه بر حسب سن می‌باشد و گویای این است که با توجه به فراوانی مشاهده شده، گروه سنی بیشتر از ۵۰ سال با ۵۰/۲ درصد فراوانی، نسبت به سایر گروه‌های سنی از فراوانی بیشتری برخوردار است.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی مربوط به ترکیب سنی اعضای نمونه

سن	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
۳۰ تا ۳۵ سال	۶	۲/۵	۲/۵
۳۵ تا ۴۰ سال	۲۷	۱۱/۳	۱۳/۸
۴۰ تا ۴۵ سال	۵۵	۲۳	۳۶/۸
۴۵ تا ۵۰ سال	۳۱	۱۳	۴۹/۸
بیشتر از ۵۰ سال	۱۲۰	۵۰/۲	۱۰۰
جمع	۲۳۹	۱۰۰	

مقطع تحصیلی اعضای نمونه

جدول شماره ۵ نشان‌دهنده توزیع نمونه بر حسب تحصیلات آزمودنی‌ها می‌باشد و گویای این است که از لحاظ تحصیلات، مدیران در مقطع کارشناسی ارشد بیشترین حجم نمونه را با ۷۴/۵ درصد به خود اختصاص دادند.

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی مربوط به تحصیلات پاسخ‌دهندگان

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
کارشناسی	۰	۰	۰
کارشناسی ارشد	۱۷۸	۷۴/۵	۷۴/۵
دکتری	۶۱	۲۵/۵	۱۰۰
جمع	۲۳۹	۱۰۰	

سابقه کاری اعضای نمونه

جدول شماره ۶ نشان‌دهنده توزیع نمونه بر حسب سابقه کاری آزمودنی‌ها می‌باشد و گویای این است که از لحاظ سابقه کاری، مدیران با سابقه کاری بیشتر از ۲۵ سال ۵۳/۱ درصد را به خود اختصاص دادند.

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی مربوط به سابقه کاری پاسخ‌دهندگان

سابقه کاری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
کمتر از ۱۰ سال	۹	۳/۸	۳/۸
۱۰-۱۵ سال	۲۴	۱۰	۱۳/۸
۱۵-۲۰ سال	۴۲	۱۷/۶	۱۳/۸
۲۰-۲۵ سال	۳۷	۱۵/۵	۴۹/۹
بیشتر از ۲۵ سال	۱۲۷	۵۳/۱	۱۰۰
جمع	۲۳۹	۱۰۰	

توصیف متغیرهای تحقیق

در جدول شماره ۷ به توصیف متغیرهای تحقیق پرداخته شده است. در این جدول شاخص‌های مرکزی که شامل میانگین است و شاخص‌های پراکندگی که شامل واریانس، دامنه تغییرات و انحراف استاندارد و شاخص‌های انحراف از قرینگی که شامل چولگی و کشیدگی می‌شود را در بر دارد.

جدول شماره ۷: توصیف متغیرهای تحقیق

متغیرهای تحقیق	میانگین	انحراف معیار	واریانس	چولگی	کشدگی
سرمایه اجتماعی	۳/۴۵۷	۰/۹۱۹	۰/۸۴۶	۰/۴۹۲	-۰/۸۵۳
گرایش به کارآفرینی	۳/۵۴۱	۱/۰۳۸	۱/۰۷۹	۰/۳۶۷	-۰/۸۶۳
چابکی استراتژیک	۳/۴۹۲	۰/۷۵۸	۰/۵۷۵	۰/۱۰۹	-۰/۸۶۸
ظرفیت جذب	۳/۶۵۵	۰/۹۵۶	۰/۹۱۵	۰/۲۵۱	-۰/۳۲۰
نوسازی استراتژی	۳/۵۱۹	۱/۱۴۰	۱/۳۰۲	۰/۳۴۷	-۰/۸۵۳

آزمون نرمال بودن داده‌ها

برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون کولموگروف - اسمیرنوف را به کمک نرم‌افزار SPSS انجام می‌دهیم. اگر مقدار سطح معنی‌داری بزرگتر از مقدار خطا (۰/۵) باشد، فرض صفر را نتیجه می‌گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی‌داری کوچکتر از خطا (۰/۵) باشد، فرض یک را نتیجه می‌گیریم.

جدول شماره ۸: آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای متغیرها

متغیرهای تحقیق	سطح معنی‌داری (sig)	مقدار خطا
سرمایه اجتماعی	۰/۰۳۱	۰/۰۵
گرایش به کارآفرینی	۰/۰۱	۰/۰۵
چابکی استراتژیک	۰/۰۲۶	۰/۰۵

ظرفیت جذب	۰/۰۴۵	۰/۰۵
نوسازی استراتژیک	۰/۰۳	۰/۰۵

براساس جدول شماره ۸ و با توجه به مقدار به دست آمده سطح معنی داری برای برخی متغیرها که از مقدار خطا کوچک تر است، مشخص می شود که داده های آن متغیرها نرمال نمی باشند. به همین دلیل از آمار ناپارامتریک و نرم افزار آماری SmartPLS جهت تحلیل داده ها استفاده می شود.

بند دوم: آمار استنباطی و آزمون فرضیه ها

در این پژوهش از مدلیابی معادلات ساختاری برای بررسی اعتبار سازه ها و همچنین آزمون فرضیه های پژوهش استفاده می شود. در مجموع از تحلیل عاملی تاییدی و مدل ساختاری استفاده شده است. بدین ترتیب که ابتدا تحلیل عاملی تاییدی برای پرسش های پرسشنامه صورت گرفت و سپس تحلیل ساختاری عامل ها برای آزمون درجه تاثیرگذاری متغیر مکنون مستقل بر متغیر مکنون وابسته مورد بررسی قرار گرفت. روش PLS برای ارزیابی مدل های اندازه گیری مدل های معادلات ساختاری سه قسمت را تحت پوشش قرار می دهد (جدول شماره ۹):

- بخش مربوط به مدل های اندازه گیری
- بخش ساختاری
- بخش کلی مدل

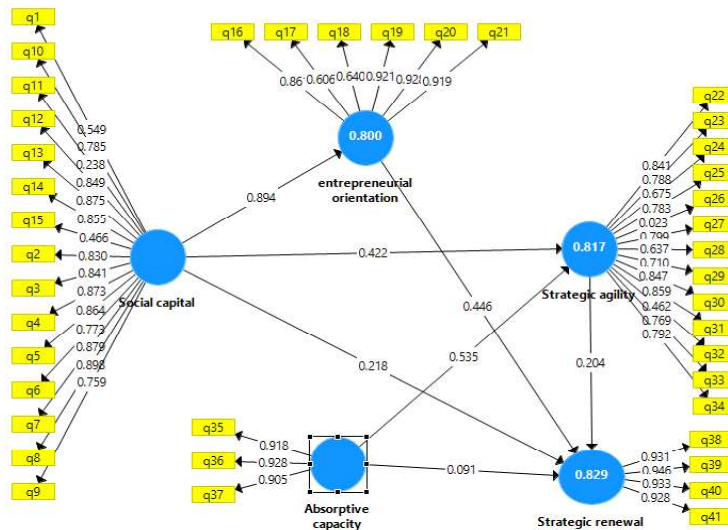
جدول شماره ۹: معیارهای ارزیابی برازش مدل

معیار	معیارهای ارزیابی برازش مدل
پایایی	برازش مدل اندازه گیری
روایی	
بار عاملی	
معیار R^2	برازش مدل ساختاری
معیار Q^2	
معیار Redundancy	
مقادیر t-value	
معیار نیکویی برازش GOF	برازش مدل کلی

مدل اندازه گیری

به منظور آزمون فرضیات تحقیق از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار SmartPLS استفاده شده است. در روش شناسی مدل معادلات ساختاری، ابتدا به ساکن لازم است تا روایی سازه مورد مطالعه قرار گرفته تا مشخص شود نشانگرهای انتخاب شده برای اندازه گیری سازه های مورد نظر خود از دقت لازم برخوردار هستند. برای این منظور از تحلیل عاملی تأییدی (CFA)، استفاده می شود. به این شکل که بار عاملی هر نشانگر با سازه خود دارای مقدار بالاتر ۰/۴ باشد. در این صورت این نشانگر از دقت لازم برای اندازه گیری آن سازه یا صفت مکنون برخوردار است (نانالی و برنستین، ۱۹۹۴). شکل شماره ۱ مدل اندازه گیری متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. بارهای عاملی مربوط به سوالات مشخص می کند، به

جز سوال شماره ۱۱ و ۲۶ که بار عاملی کمتر از ۰/۴ کسب کرد، باقی سوال‌ها از اعتبار کافی برخوردار بودند. نتایج این مدل در جدول شماره ۱۰ نیز ارائه شده است.



شکل شماره ۱. مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

نتایج مدل اندازه‌گیری در جدول شماره ۱۰ ارائه شده است. در این جدول پس از حذف سوال‌هایی که بار عاملی کمتر از ۰/۴ کسب کردند (سوال ۲۶ و ۱۱) مقدار آلفای کرونباخ و AVE^1 نیز محاسبه شده است که میزان پایایی و روایی ابزار اندازه‌گیری پژوهش را مشخص می‌کند. روایی با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده صورت گرفت که مشخص شد تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، بالاتر از ۰/۵ هستند که این ضرایب در جدول شماره ۱۱ نشان داده شده است. در نهایت جهت بررسی پایایی نیز از شاخص آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج در جدول شماره ۱۱ ارائه شده است. در روش‌شناسی مدل معادلات ساختاری از ضریب آلفای کرونباخ استفاده می‌شود که مقادیر بالاتر از ۰/۷ برای هر سازه نشان از پایایی مناسب آن دارد (نانالی و برنستین، ۱۹۹۴).

¹. Average Variance Extracted ۰/۸۹۸

جدول شماره ۱۰: نتایج تحلیل عاملی تاییدی

متغیر	بعد	شاخص	بار عاملی	اعتبار
سرمایه اجتماعی	بعد ساختاری	سوال ۱	۰/۵۴۹	قابل قبول
		سوال ۲	۰/۸۳۰	قابل قبول
		سوال ۳	۰/۸۴۱	قابل قبول
		سوال ۴	۰/۸۷۳	قابل قبول
		سوال ۵	۰/۸۶۴	قابل قبول
	بعد شناختی	سوال ۶	۰/۷۷۳	قابل قبول
		سوال ۷	۰/۸۷۹	قابل قبول
		سوال ۸	۰/۸۹۸	قابل قبول
		سوال ۹	۰/۷۵۹	قابل قبول
		سوال ۱۰	۰/۷۵۸	قابل قبول
	بعد رابطه ای	سوال ۱۱	*۰/۲۳۸	غیر قابل قبول
		سوال ۱۲	۰/۸۴۹	قابل قبول
		سوال ۱۳	۰/۸۷۵	قابل قبول
		سوال ۱۴	۰/۸۵۵	قابل قبول

قابل قبول	۰/۴۶۶	سوال ۱۵		
قابل قبول	۰/۸۶۱	سوال ۱۶	-	گرایش به کارآفرینی
قابل قبول	۰/۶۰۶	سوال ۱۷		
قابل قبول	۰/۶۴۰	سوال ۱۸		
قابل قبول	۰/۹۲۱	سوال ۱۹		
قابل قبول	۰/۹۲۸	سوال ۲۰		
قابل قبول	۰/۹۱۹	سوال ۲۱		
قابل قبول	۰/۸۴۱	سوال ۲۲	توانایی فناوریانه	چابکی استراتژیک
قابل قبول	۰/۷۸۸	سوال ۲۳		
قابل قبول	۰/۶۷۵	سوال ۲۴		
قابل قبول	۰/۷۸۳	سوال ۲۵	نوآوری‌های مشارکتی	
غیر قابل قبول	*۰/۰۲۳	سوال ۲۶		
قابل قبول	۰/۷۹۹	سوال ۲۷		
قابل قبول	۰/۶۳۷	سوال ۲۸	یادگیری سازمانی	
قابل قبول	۰/۷۱۰	سوال ۲۹		
قابل قبول	۰/۸۴۷	سوال ۳۰		

قابل قبول	۰/۸۵۹	سوال ۳۱		
قابل قبول	۰/۴۶۲	سوال ۳۲	هماهنگی های داخلی	
قابل قبول	۰/۷۶۹	سوال ۳۳		
قابل قبول	۰/۷۹۲	سوال ۳۴		
قابل قبول	۰/۹۱۸	سوال ۳۵	-	ظرفیت جذب
قابل قبول	۰/۹۲۸	سوال ۳۶		
قابل قبول	۰/۹۰۵	سوال ۳۷		
قابل قبول	۰/۹۳۱	سوال ۳۸	-	نوسازی استراتژی
قابل قبول	۰/۹۴۶	سوال ۳۹		
قابل قبول	۰/۹۳۳	سوال ۴۰		
قابل قبول	۰/۹۲۸	سوال ۴۱		

شاخص‌های روایی و پایایی

جدول شماره ۱۱: شاخص‌های روایی پایایی

متغیرها	AVE	CR	Cronbachs Alpha
سرمایه اجتماعی	۰/۶۰۴	۰/۹۵۶	۰/۹۴۷
گرایش به کارآفرینی	۰/۶۷۹	۰/۹۲۵	۰/۹۰۰
چابکی استراتژیک	۰/۵۲۶	۰/۹۲۹	۰/۹۱۲
ظرفیت جذب	۰/۸۴۱	۰/۹۴۱	۰/۹۰۵
نوسازی استراتژیک	۰/۸۷۳	۰/۹۶۵	۰/۹۵۲

براساس نتایج جدول شماره ۱۱ مشخص می‌شود مقادیر AVE و همچنین میزان آلفای کرونباخ متغیرها نیز در حد مناسبی قرار دارند که نشان‌دهنده اعتبار و پایایی مناسب برای متغیرهای پژوهش می‌باشد. سپس، مدل ساختاری پژوهش برای آزمون فرضیات پژوهش اجرا می‌شود.

روایی سازه

فورنل و لارکر (۱۹۸۱) مقدار مناسب برای AVE را ۰/۵ به بالا معرفی کرده‌اند. حال اینکه نتایج مشخص شده در جدول بالا نشان می‌دهد که AVE سازه‌های پژوهش از ۰/۵ بیشتر شده است که این موضوع روایی همگرایی مناسب مدل را تأیید می‌کند (محسنین، ۱۳۹۶).

پس از حصول نتایج این چهار معیار، و با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰/۷ (Cronbach, ۱۹۵۱)، برای پایایی ترکیبی ۰/۷ (Nunnally, ۱۹۷۸) و برای AVE ۰/۵ (Fornel and Larker, ۱۹۸۱) است و مطابق با یافته‌های جدول شماره ۱۰ تمام این معیارها در

مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی پژوهش حاضر را تائید ساخت.

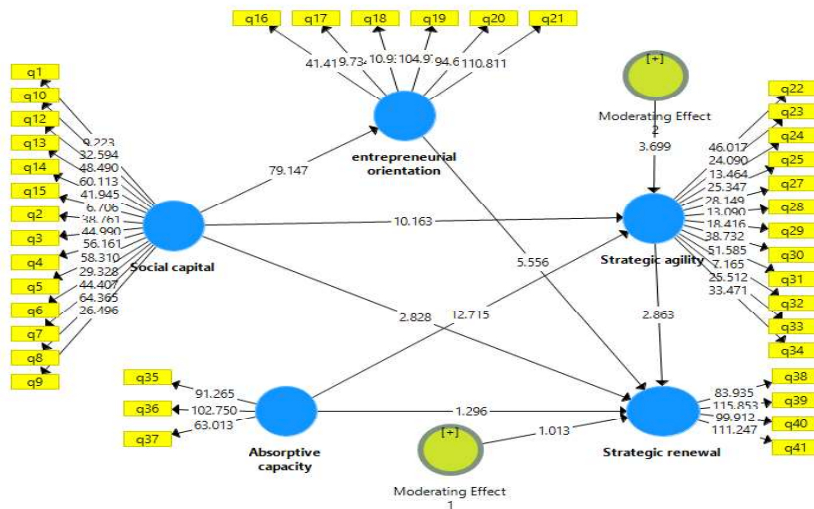
جدول شماره ۱۲ : نتایج آزمون فورنل-لاکر

متغیرها	سرمایه اجتماعی	گرایش به کارآفرینی	چابکی استراتژیک	ظرفیت جذب	نوسازی استراتژیک
سرمایه اجتماعی	۰/۷۷۷				
گرایش به کارآفرینی	۰/۷۵۳	۰/۸۲۴			
چابکی استراتژیک	۰/۷۰۶	۰/۷۹۱	۰/۷۲۵		
ظرفیت جذب	۰/۶۸۳	۰/۷۶۲	۰/۷۱۸	۰/۹۱۷	
نوسازی استراتژیک	۰/۶۴۹	۰/۷۳۵	۰/۶۸۱	۰/۸۹۲	۰/۹۳۴

مدل ساختاری فرضیه‌های پژوهش

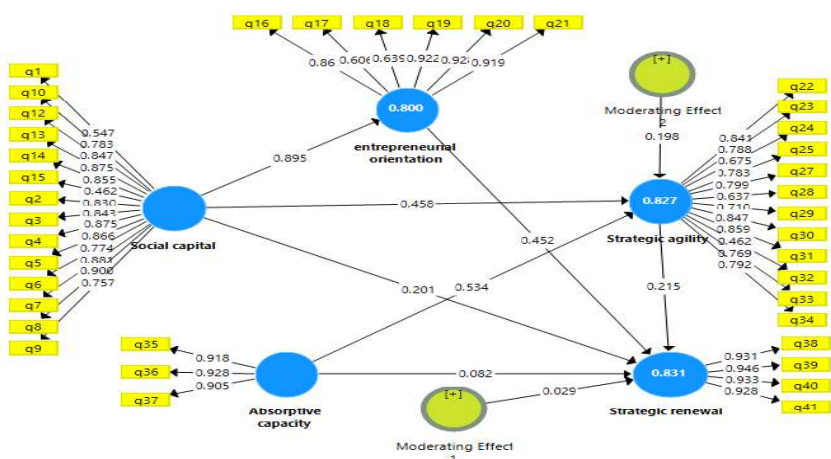
شکل شماره ۲ مدل ساختاری پژوهش را نشان می‌دهند. شکل شماره ۳ مدل ساختاری در حالت راه‌اندازی خودکار یا در حالت ضرایب معناداری را نشان می‌دهد. در این حالت مقادیر t آماری بر روی مسیرهای موجود در مدل ظاهر می‌شود. با توجه به اینکه مقدار آستانه‌ای ۱/۹۶

می‌باشد؛ بنابراین فرضیه‌هایی که آماره t بیشتر از $1/96$ کسب کرده‌اند مورد تایید قرار می‌گیرند. نتایج این شکل‌ها در جداول شماره ۱۳ ارائه شده است.



شکل شماره ۲: مدل ساختاری متغیرهای تحقیق براساس فرضیه‌های تحقیق (در حالت Boot Straping)

شکل شماره ۳ مدل ساختاری در حالت PLS یا ضریب مسیر بین روابط را نشان می‌دهد. این اعداد بیانگر بتای استاندارد شده در رگرسیون یا ضریب همبستگی دو سازه است که در واقع ترکیب وزنی معرف‌ها را تشکیل می‌دهد. اعداد داخل دایره نشان‌دهنده ضریب تعیین (R^2) سازه اصلی است و مقدار آن همیشه بین صفر و یک تغییر می‌کند. هرچه ضریب تعیین بزرگتر باشد نشان می‌دهد که خط رگرسیون بهتر توانسته تغییرات متغیر وابسته را به متغیر مستقل نسبت دهد.



شکل شماره ۳: مدل ساختاری متغیرهای تحقیق براساس فرضیه اصلی (در حالت PLS)

بخش یازدهم: نتایج آزمون فرضیات

جدول شماره ۱۳ نشان‌دهنده نتایج مدل‌های ساختاری پژوهش برای آزمون فرضیه‌های تحقیق می‌باشد. با توجه به مقادیر ارائه شده در این جدول، زمانیکه عدد معناداری بیش از مقدار (۱/۹۶) حاصل شود، در این صورت فرضیه فوق تایید می‌گردد.

جدول شماره ۱۳: بررسی فرضیه‌های فرعی پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	معناداری	نتیجه فرضیه
فرضیه اول	سرمایه اجتماعی سازمان بر چابکی استراتژیک سازمان تأثیر	۰/۴۵۸	۱۰/۱۶۳	تایید

			معناداری دارد.	
تایید	۷۹/۱۴۱	۰/۸۹۵	سرمایه اجتماعی سازمان بر گرایش به کارآفرینی سازمان تأثیر معناداری دارد.	فرضیه دوم
تایید	۲/۸۲۸	۰/۲۰۱	سرمایه اجتماعی سازمان بر نوسازی استراتژیک در سازمان تأثیر معناداری دارد.	فرضیه سوم
تایید	۲/۸۶۸	۰/۲۱۵	چابکی استراتژیک سازمان بر نوسازی استراتژیک در سازمان تأثیر معناداری دارد.	فرضیه چهارم
تایید	۵/۵۵۶	۰/۴۵۲	گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک در	فرضیه پنجم

			سازمان تأثیر معناداری دارد.	
عدم تایید	۱/۰۱۳	۰/۰۲۹	ظرفیت جذب تعدیل گر تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوسازی استراتژیک می- باشد.	فرضیه ششم
تایید	۳/۶۹۹	۰/۱۹۸	ظرفیت جذب تعدیل گر تأثیر سرمایه اجتماعی بر چابکی استراتژیک می- باشد.	فرضیه هفتم

با توجه به جدول شماره ۱۳ مقدار عدد معنی داری (آماره t) برای فرضیه‌های پژوهش که مقدار عدد معنی دار (آماره t) برای آن‌ها بالاتر از ۱/۹۶ بدست آمد مورد تایید قرار گرفتند. به این ترتیب همه فرضیه‌ها به جز فرضیه شماره ششم مورد تایید قرار گرفتند. با توجه به علامت ضریب مسیر فرضیه‌ها، کلیه تاثیراتی که متغیر مستقل بر وابسته دارد مثبت ارزیابی شده است.

بحث و نتیجه گیری

در این بخش به بررسی فرضیه‌های پژوهش و مقایسه نتایج به دست آمده با پژوهش‌های پیشین پرداخته می‌شود. در این پژوهش هفت فرضیه وجود دارند که نتایج آزمون آن‌ها در ذیل به طور جداگانه مورد بررسی قرار می‌گیرد:

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی سازمان بر چابکی استراتژیک سازمان تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید می‌گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با $10/163$ ، که از $1/96$ بزرگ‌تر است؛ و در ناحیه H_1 یعنی ناحیه تأیید فرضیه قرار گرفته است. بنابراین می‌توان با اطمینان 95% گفت؛ سرمایه اجتماعی سازمان بر چابکی استراتژیک سازمان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب مسیر به دست آمده از آزمون این فرضیه، برابر است با $0/458$ ، که نشان‌دهنده شدت متوسط اثر سرمایه اجتماعی سازمان بر چابکی استراتژیک سازمان است. بر این اساس، می‌توان گفت با افزایش یک واحدی در میزان سرمایه اجتماعی سازمان بر چابکی استراتژیک سازمان مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، به میزان $0/45$ درصد، افزایش می‌یابد. همچنین در این زمینه یافته‌های پژوهش عبیدی قمی (۱۳۹۹)، صفوی نژاد (۱۳۹۸) و (Rodrigo-Alarcón et al ۲۰۱۸)، با نتایج این پژوهش هم‌راستا هستند.

فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی سازمان بر گرایش به کارآفرینی سازمان تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید می‌گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با $79/141$ ، که از $1/96$ بزرگ‌تر است؛ و در ناحیه H_1 یعنی ناحیه تأیید فرضیه قرار گرفته است. بنابراین می‌توان با اطمینان 95% گفت؛ سرمایه اجتماعی سازمان بر گرایش به کارآفرینی سازمان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب مسیر به دست آمده از آزمون این فرضیه، برابر است

با ۰/۸۹۵، که نشان‌دهنده شدت قوی اثر سرمایه اجتماعی سازمان بر گرایش به کارآفرینی سازمان است. بر این اساس، می‌توان گفت با افزایش یک واحدی در میزان سرمایه اجتماعی سازمان بر گرایش به کارآفرینی سازمان در بین مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، به میزان ۰/۸۹ درصد، افزایش می‌یابد. همچنین در این زمینه یافته‌های پژوهش عبیدی قمی (۱۳۹۹)، صفوی‌نژاد (۱۳۹۸) با نتایج این پژوهش هم‌راستا هستند.

فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی سازمان بر نوسازی استراتژیک سازمان تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید می‌گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با ۲/۸۲۸، که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر است؛ و در ناحیه H_1 یعنی ناحیه تأیید فرضیه قرار گرفته است. بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۵٪ گفت؛ سرمایه اجتماعی سازمان بر نوسازی استراتژیک سازمان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب مسیر به‌دست‌آمده از آزمون این فرضیه، برابر است با ۰/۲۰۱۱، که نشان‌دهنده شدت ضعیف اثر سرمایه اجتماعی سازمان بر نوسازی استراتژیک سازمان است. بر این اساس، می‌توان گفت با افزایش یک واحدی در میزان سرمایه اجتماعی سازمان بر نوسازی استراتژیک سازمان در بین مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، به میزان ۰/۲۰ درصد، افزایش می‌یابد. همچنین در این زمینه یافته‌های پژوهش حمیدی‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) و کلابی و کریمی‌راد (۱۳۹۹) با نتایج این پژوهش هم‌راستا هستند.

فرضیه چهارم: چابکی استراتژیک سازمان بر نوسازی استراتژیک در سازمان تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید می‌گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با ۲/۸۶۸، که از ۱/۹۶ بزرگ‌تر است؛ و در ناحیه H_1 یعنی ناحیه تأیید فرضیه قرار گرفته است. بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۵٪ گفت؛ چابکی استراتژیک سازمان بر نوسازی استراتژیک در سازمان، تأثیر مثبت

و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب مسیر به دست آمده از آزمون این فرضیه، برابر است با ۰/۲۱۵، که نشان دهنده شدت ضعیف اثر چابکی استراتژیک سازمان بر نوسازی استراتژیک در سازمان است. بر این اساس، می توان گفت با افزایش یک واحدی در میزان چابکی استراتژیک سازمان بر نوسازی استراتژیک در سازمان در بین مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، به میزان ۰/۲۱ درصد، افزایش می یابد. همچنین در این زمینه یافته های پژوهش قاسمی (۱۳۹۹) و (Khan et al ۲۰۲۰) با نتایج این پژوهش هم راستا هستند.

فرضیه پنجم: گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک در سازمان تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده های پژوهش، این فرضیه تأیید می گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با ۵/۵۵۶، که از ۱/۹۶ بزرگ تر است؛ و در ناحیه H_1 یعنی ناحیه تأیید فرضیه قرار گرفته است. بنابراین می توان با اطمینان ۹۵٪ گفت؛ گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک در سازمان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب مسیر به دست آمده از آزمون این فرضیه، برابر است با ۰/۴۵۲، که نشان دهنده شدت متوسط اثر گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک در سازمان است. بر این اساس، می توان گفت با افزایش یک واحدی در میزان گرایش به کارآفرینی بر نوسازی استراتژیک در سازمان در بین مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، به میزان ۰/۴۵ درصد، افزایش می یابد. همچنین در این زمینه یافته های پژوهش حمیدی - زاده و همکاران (۱۳۹۶) و کلابی و کریمی راد (۱۳۹۹)، با نتایج این پژوهش هم راستا هستند.

فرضیه ششم: ظرفیت جذب تعدیل‌گر تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوسازی استراتژیک تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید نمی‌گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با $1/013$ ، که از $1/96$ کوچک‌تر است؛ و در ناحیه H_0 یعنی ناحیه رد تأیید فرضیه قرار گرفته است.

فرضیه هفتم: سرمایه اجتماعی سازمان با نقش تعدیلگر ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک سازمان تأثیر معناداری دارد.

بر مبنای نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، این فرضیه تأیید می‌گردد؛ زیرا خروجی اعداد معناداری حاصل از آزمون این فرضیه، برابر است با $3/699$ ، که از $1/96$ بزرگ‌تر است؛ و در ناحیه H_1 یعنی ناحیه تأیید فرضیه قرار گرفته است. بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۵٪ گفت؛ سرمایه اجتماعی سازمان با نقش تعدیلگر ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک سازمان، تأثیر مثبت و معناداری دارد. از طرف دیگر، ضریب مسیر به‌دست‌آمده از آزمون این فرضیه، برابر است با $0/198$ ، که نشان‌دهنده شدت ضعیف اثر سرمایه اجتماعی سازمان با نقش تعدیلگر ظرفیت جذب بر چابکی استراتژیک سازمان است. بر این اساس، می‌توان گفت با افزایش یک واحدی در میزان سرمایه اجتماعی با نقش تعدیلگر ظرفیت جذب سازمان بر چابکی استراتژیک سازمان مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران، به میزان $0/19$ درصد، افزایش می‌یابد. همچنین در این زمینه یافته‌های پژوهش عبیدی قمی (۱۳۹۹) و بریمانی و حسینی میانکاله (۱۳۹۷) با نتایج این پژوهش هم‌راستا هستند.

پیشنهادهای پژوهشی

۱. با توجه به اینکه محدوده جامعه مورد مطالعه، کلیه مدیران شعب بانک ملی در سطح شهر تهران می‌باشد، محدوده جامعه آماری پژوهش‌های آینده می‌تواند بزرگ‌تر بوده و شهرهای دیگر را نیز در برگیرد و یا سازمان‌هایی یا زمینه فعالیت خدماتی را مورد مطالعه قرار دهد.

۲. برای به دست آوردن نتایج جامع، توصیه می‌شود در پژوهش‌های آتی، علاوه بر پرسشنامه، از سایر ابزارها از جمله مصاحبه و گزارشات شخصی نیز برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شود.

منابع و مآخذ

الف) منابع فارسی

- الهی، شعبان (۱۳۹۴). رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی. مدیریت نوآوری، دوره ۴، شماره ۴، صفحات ۱ الی ۳۰.
- بریمانی، ابوالقاسم و حسینی میانکاله، سیده زهرا (۱۳۹۷). رابطه بین سرمایه اجتماعی و چابکی سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای بهشهر و نکا). مطالعات علوم اجتماعی ایران، ۵۸، ۱۱۲-۱۳۳.
- پیران، م؛ آقاجانی، ط؛ شوقی، ب؛ رضازاده، آ. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر خلاقیت کارکنان در صنایع ریخته‌گری ایران (مورد مطالعه: کارکنان شاغل در شهر صنعتی کاوه). فصلنامه ماه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی دوره ۲، شماره ۱، صفحات ۱۶۳ الی ۱۸۳.
- حمیدی‌زاده، علی؛ گوچک‌زاده، زهرا؛ حاج کریمی، فاطمه (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری سازمانی با تأکید بر نقش میانجی استراتژی‌های دوگانه مدیریت دانش. مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۴، شماره ۱، صفحات ۷۵ الی ۹۴.
- جوان‌پور، محمدعلی؛ گرجی‌دوز، سمیه؛ سبحانی، عبدالرضا (۱۳۹۶). تحلیلی بر سرمایه اجتماعی در سازمان. فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره ۲، شماره ۴، صفحات ۱۰ الی ۱۲۵.
- سرائی، لیلا؛ غفاری، بهرام (۱۳۹۸). بررسی تأثیر روابط مدیریتی در نوآوری باز، باتوجه به ظرفیت جذب در شرکت‌های فناور و نوآور. فصلنامه سیاست‌نامه علم و فناوری، دوره ۹، شماره ۲.

- شرعی، فاطمه؛ کلابی، امیرمحمد؛ خدادادحسینی، محمد (۱۳۹۹). تأثیر جایگاه بازاریابی کارآفرینانه بر پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان با تأکید بر نوسازی استراتژیک. توسعه کارآفرینی، دوره ۱۳، شماره ۳، صفحات ۴۲۱ الی ۴۴۰.
- صفوی‌نژاد، علی (۱۳۹۸). مطالعه تاثیر منابع سرمایه اجتماعی بر جهت‌گیری کارآفرینانه با نقش میانجی قابلیت‌های پویایی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز، دانشکده اقتصاد و مدیریت.
- عبیدی قمی، زهرا (۱۳۹۹). تاثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری استان قم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان تهران، مرکز پیام نور غرب تهران.
- غیاثی‌ندوشن، سعید؛ امین‌الرعايا، احسان (۱۳۹۵). بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری بر میزان بهره‌وری منابع انسانی.
- قاسمی، راهله (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر چابکی سازمانی با نقش میانجی هوش سازمانی، سرمایه فکری و یادگیری سازمانی در بانک خاورمیانه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی غزالی، گروه مدیریت.
- قبادی، پریسا؛ صابونچی، رضا؛ فروغی‌پور، حمید (۱۳۹۹). تعیین نقش میانجی سرمایه انسانی در تأثیر چابکی استراتژیک بر خلاقیت کارکنان فدراسیون ژیمناستیک ایران. رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، دوره ۸، شماره ۲۹.

ب) منابع انگلیسی

- Al Humaidan, S., & Sabatier, V. (۲۰۱۷). Strategic renewal in times of environmental scarcity. Journal of Organizational Change Management. ۳۰ (۱)، ۱۰۶-۱۲۰.

- Covin, J. and Miles, P. (۲۰۰۹). Corporate Entrepreneurship and Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, ۲۳: ۴۷-۶۳.
- Cuevas-Rodríguez, G., Cabello-Medina, C., & Carmona-Lavado, A. (۲۰۱۴). Internal and external social capital for radical product innovation: Do they always work well together? *British Journal of Management*, ۲۵(۲), ۲۶۶-۲۸۴.
- Cunha, M. P., Gomes, E., Mellahi, K., Miner, A. S., & Rego, A. (۲۰۲۰). Strategic agility through improvisational capabilities: Implications for a paradox-sensitive HRM. *Human Resource Management Review*, ۳۰(۱), ۱۰۰-۱۱۵.
- Hassan Ahmed, S., Muhammad, Y., Abdul, M., Asad, J. (۲۰۱۹). Impact of networking capability on organizational survival of SMEs: mediating role of strategic renewal.
- Herbane, B. (۲۰۱۹), "Rethinking organizational resilience and strategic renewal in SMEs", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. ۳۱ Nos ۵-۶, pp. ۴۷۶-۴۹۵.
- Khan, S. H., Majid, A., Yasir, M., Javed, A., & Shah, H. A. (۲۰۲۱). The role of social capital in augmenting strategic renewal of SMEs: does entrepreneurial orientation and organizational flexibility really matter? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. ۱۷(۲), ۲۲۷-۲۴۵.
- Khan, S. H., Majid, A., & Yasir, M. (۲۰۲۰). Strategic renewal of SMEs: the impact of social capital, strategic agility and absorptive capacity. *Management Decision*. IN PRESS.
- Mao, H., Liu, S., Zhang, J., Zhang, Y., & Gong, Y. (۲۰۲۰). Information technology competency and organizational agility: roles of absorptive capacity and information intensity. *Information Technology & People*. ۳۴(۱), ۴۲۱-۴۵۱.
- Martínez-Pérez, Á., Martínez-Pérez, Á., García-Villaverde, P. M., García-Villaverde, P. M., Elche, D., & Elche, D. (۲۰۱۶). The mediating effect of ambidextrous knowledge strategy between social capital and

innovation of cultural tourism clusters firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ۲۸(۷), ۱۴۸۴-۱۵۰۷.

- Rodrigo-Alarcón, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., & Parra-Requena, G. (۲۰۱۸). From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities. *European Management Journal*, ۳۶(۲), ۱۹۵-۲۰۹
- Sanchez-Famoso, V., Maseda, A., & Iturralde, T. (۲۰۱۴). The role of internal social capital in organizational innovation. An empirical study of family firms. *European Management Journal*, ۳۲(۶), ۹۵۰-۹۶۲.
- Shu, C., De Clercq, D., Zhou, Y., & Liu, C. (۲۰۱۹). Government institutional support, entrepreneurial orientation, strategic renewal, and firm performance in transitional China. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. IN PRESS.
- Yasir, M., & (۲۰۱۷). Entrepreneurial knowledge and start-up behavior in a turbulent environment. *Journal of Management Development*. ۳۶(۹), ۱۱۴۹-۱۱۵۹.
- Wang, C. L., Altinay, L. (۲۰۱۲). Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small business in the UK. *International small business journal*, Vol. ۳۰, No. ۱, pp. ۳-۲۳.