



دانشگاه گوارا، دانش کشاورزی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هفتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۹

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۶۶-۴۹

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19196.1495

بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی با نقش میانجی هوش فرهنگی

حمید رضائی^{۱*}، سروش رفیعیان^۲، سیدمهدی خاکزادیان^۳

^۱استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی پردیسان، فریدونکنار، ایران.

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی، موسسه آموزش عالی پردیسان، فریدونکنار، ایران.

^۳استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی پردیسان، فریدونکنار، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۲

چکیده

امروزه، کارآفرینی نقش بسیار مهمی در دستیابی به توسعه اقتصادی در شهرها دارد و از طریق اجرای راهبرد توسعه اقتصادی، شرایط مطلوبی برای مدیریت شهری فراهم می‌کند. هدف پژوهش بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی با نقش میانجی هوش فرهنگی در شهرداری اصفهان بوده است. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و با روش توصیفی-پیمایشی اجرا شده است. جامعه آماری تحقیق، کلیه کارکنان اداری به تعداد ۲۰۰ نفر بودند. حجم نمونه مطابق جدول کرجسی و مورگان ۱۲۷ نفر تعیین شد اما جهت افزایش دقت، به ۱۳۲ نفر ارتقاء یافت و از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، سه پرسشنامه استاندارد تعدیل یافته سرمایه اجتماعی، گرایش به کارآفرینی و هوش فرهنگی بود. تحلیل داده‌ها در قسمت توصیفی با آزمون‌های فراوانی، میانگین، انحراف معیار و واریانس با نرم‌افزار SPSS26 و در قسمت استنباطی با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS3 انجام شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت. بین هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت. بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت. همچنین نتایج، نقش میانجی هوش فرهنگی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی را تأیید کردند. در نهایت مشخص شد برای بهبود گرایش به کارآفرینی در شهرداری‌ها، تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی مهم است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، گرایش به کارآفرینی، هوش فرهنگی، شهرداری اصفهان.

*نویسنده مسئول: rezaei.hamid66@gmail.com

مقدمه

امروزه، تمرکز بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل کسب مزیت رقابتی پایدار برای آن‌ها است (رجبی فرجاد و معدن کار، ۱۳۹۸). در واقع، سازمان‌هایی که سطح بالایی از گرایش به کارآفرینی دارند، تمایل بیشتری بر نظارت بر محیط‌های عملیاتی در راستای کشف فرصت‌های جدید و تقویت مزیت رقابتی خود دارند (Niehm et al., 2013). در این راستا تحقیقات مختلف حاکی از آن است که کارآفرینی نه تنها در سطح سازمان‌ها بلکه در سطوح کلان جامعه از جمله در سطح مدیریت شهری یکی از عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی است (تیموری و همکاران، ۱۳۹۶). از طرف دیگر، بر اساس تحقیقات گذشته متغیرهای گوناگونی بر گرایش به کارآفرینی مؤثر هستند که سرمایه اجتماعی یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی است (Amjad and Sania, 2019). سرمایه اجتماعی به عنوان بخشی انکارناپذیر از فرآیند برنامه‌ریزی شهری است که با توجه به نقش و منفی که به دنبال دارد، به عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم در رسیدن به توسعه شهری پایدار همواره مورد توجه قرار گرفته است (اکبریانی ریزی و همکاران، ۱۳۹۶).

از طرف دیگر، با توجه به اینکه هر چه تنوع و تفاوت فرهنگی در محیطی که افراد فعالیت می‌کنند بیشتر باشد، انجام فعالیت‌های کارآفرینانه دشوارتر خواهد بود، در سال‌های اخیر هوش فرهنگی توجه پژوهشگران را به خود معطوف داشته است (خسروی‌پور و همکاران، ۱۳۹۷). هوش فرهنگی نوعی از هوش است که ارتباط بسیار زیادی با محیط‌های کاری متنوع فرهنگی دارد (برجسته و توکلی، ۱۳۹۷).

فضای سبز به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی در شهرها و یکی از اساسی‌ترین ملزومات

طرح‌های محرک توسعه می‌باشد. بنابراین توسعه فضای سبز در شهرها پا به پای طرح‌های عمرانی می‌تواند نقش مهمی در حفظ و تعادل کارکردهای شهری و ارتقا بازده اجتماعی و توسعه‌ای ایجاد نماید (دانشیار و عمرانی، ۱۳۹۵).

در حال حاضر شهرها برای موفقیت در فضای رقابتی نیاز به کارآفرینی دارند. کارآفرینی به‌عنوان یکی از ابزارهای تحقق اقتصاد مقاومتی در سطح شهرها، کم هزینه‌ترین گزینه در این زمینه محسوب می‌شود و به عنوان راهکاری مورد اقبال عمومی در جهت بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی کلیه آحاد جامعه مطرح گردیده و پتانسیل‌های موجود در محیط زندگی، تکلیف مدیران شهری را در بهره‌گیری خلاقانه از این ظرفیت‌ها دو چندان کرده است. از آنجا که شهرداری در سوق‌دهی امکانات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در مناطق مختلف شهر نقش به‌سزایی بر عهده دارد و از طرفی با مردم به عنوان ذی‌نفعان از سرمایه اجتماعی ارتباط دوجانبه‌ای دارد، بسترسازی و ایجاد شرایط لازم در جهت افزایش این شاخص در بین کارکنان می‌تواند منافع متقابلی برای مردم و شهرداری داشته باشد، بنابراین بر اساس مطالب بیان شده انتظار می‌رود عواملی نظیر سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی نقش به‌سزایی در بهبود کارآفرینی در شهرداری اصفهان داشته باشند، لذا هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی با توجه به نقش میانجی هوش فرهنگی در شهرداری اصفهان بود.

مبانی نظری

سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی اصطلاحی است که در سال‌های اخیر وارد حوزه‌ی علوم اجتماعی و اقتصادی شده و از این منظر دریچه‌ای در تحلیل مسائل اجتماعی و اقتصادی گشود (سلاجقه و

کارآفرینی پنج بعد را بیان کرده‌اند: کاهش کاغذبازی در سازمان، تغییر در رفتار کارکنان، بینش استراتژیک، ایجاد یک محیط کاری پرانرژی و محیط حمایتی. کاهش کاغذبازی در سازمان: شیوه‌ای کارآمد که باعث می‌شود کاغذ بازی در سازمان که به بهانه‌هایی چون نبود رئیس برای امضاء، نقص مدارک و مرخصی کارکنان ایجاد می‌شود و از ضعف‌های نظام اداری می‌باشد کاهش یابد.

تغییر در رفتار کارکنان: ایجاد مطلوبیت و مقبولیت فعالیت‌های کارآفرینانه کارکنان و جستجو برای تغییر دائمی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین را تغییر در رفتار کارکنان گویند. بینش استراتژیک: تصویری ذهنی از استراتژی کارآفرینی است که در ذهن کارکنان نقش می‌بندد یا لاقلاً ابراز می‌شود. این بینش استراتژیک هم نقش القاء و هم نقش ادراک کاری را ایفا می‌کند که لازم است اجرا شود. ایجاد یک محیط کار پر انرژی: محیطی که در آن یک جو کارگروهی مبتنی بر همکاری در واحدهای سازمانی ایجاد شده که در آن افراد سازمان به ایجاد بهبود علاقمند می‌شوند. محیط حمایتی: محیطی که در آن از ابتکارات کارکنان حمایت شده و امکان دستیابی به اطلاعات مدیریتی وجود دارد.

هوش فرهنگی: هوش فرهنگی بینش‌های فردی را در بر می‌گیرد که برای انطباق با موقعیت‌ها و تعاملات میان فرهنگی و حضور موفق در گروه‌های کاری چند فرهنگی لازم است (Peterson, 2004). هوش فرهنگی قابلیت یادگیری الگوهای جدید، در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های رفتاری صحیح به آن الگوها است (Earley and Ang, 2003). William Prado (2006) برای هوش فرهنگی چهار بعد را بیان کرده است: فراشناخت فرهنگی، شناخت فرهنگی، رفتار فرهنگی و انگیزش فرهنگی. فراشناخت فرهنگی عبارت است از مشاهده دقیق، اما کند و تدریجی آن‌چه که در مغز

اشرف‌زاده، (۱۳۹۳). از دیدگاه Nahapiet and Ghoshal (1998) سرمایه اجتماعی جمع منافع بالفعل و بالقوه موجود در درون و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی است و برای سرمایه اجتماعی سه بعد را بیان کرده‌اند: سرمایه رابطه‌ای، سرمایه شناختی و سرمایه ساختاری. عنصر شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد عبارتند از: زبان، کدها و حکایت‌های مشترک. عنصر ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس‌های بین افراد دارد یعنی، شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهم‌ترین جنبه‌های این عنصر عبارتند از: روابط شبکه‌ای بین افراد، پیکربندی شبکه‌ای و سازمان مناسب. عنصر رابطه‌ای سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند. مهم‌ترین جنبه‌های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارتند از: اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت.

گرایش به کارآفرینی: گرایش به کارآفرینی مفهومی متفاوت با مفهوم کارآفرینی است. کارآفرینی اشاره به ایجاد یک کسب و کار یا یک سازمان جدید دارد؛ بر محتوا تأکید داشته و به این سؤال که «به چه کسب و کاری باید وارد شویم» پاسخ می‌دهد. اما گرایش به کارآفرینی بر فرآیند تأکید داشته و توضیح می‌دهد که ما در فرآیند چه کارهایی باید انجام دهیم (Ernita et al., 2021). گرایش به کارآفرینی به عنوان فرآیند ایجاد استراتژی کارآفرینانه نگریسته می‌شود که تصمیم‌گیرندگان کلیدی از آن برای نشان دادن اهداف سازمانی، حفظ چشم‌انداز و ایجاد مزیت رقابتی استفاده می‌کنند (بهلولی و همکاران، ۱۳۹۷). Leonidas and Vassillis (2007) برای گرایش به

در انتها به خود شهر و شهرداری تزریق می‌شود (مختاری بایع کلایی و حیدری، ۱۳۹۶).

پیشینه تحقیق

موسوی میرکلایی (۱۳۹۹) و رجبی فرجاد و معدن کار (۱۳۹۸) در پژوهش‌های جداگانه‌ای نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. خلود و نصیری‌نیا (۱۳۹۶)، افشار (۱۳۹۳) و Fakhrerad (2018) در پژوهش‌های جداگانه‌ای نشان دادند بین سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی رابطه معنی‌داری وجود دارد. خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، برجسته و توکلی (۱۳۹۷)، کمالیان و همکاران (۱۳۹۳) و Nakhaei et al. (2013) در پژوهش‌های جداگانه‌ای نشان دادند بین هوش فرهنگی با گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

Mahfud et al. (2020) در پژوهشی با عنوان تأثیر سرمایه اجتماعی و جهت‌گیری کارآفرینی بر اهداف کارآفرینی: نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناسی، نشان دادند که گرایش به کارآفرینی، سرمایه اجتماعی و سرمایه روانشناختی به‌طور مشترک و تعاملی بر قصد کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. Amjad and Sania (2019) در تحقیقی با عنوان سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی: شواهد تجربی از پاکستان، نشان دادند که سرمایه اجتماعی با شکل‌گیری مطلوبیت درک شده، خودکارآمدی ادراک شده و هنجارهای اجتماعی ادراک شده نسبت به کارآفرینی تأثیر قابل توجهی بر اهداف کارآفرینی دارد. Tatarko and Schmidt (2016) در پژوهشی با عنوان سرمایه اجتماعی فردی و نیت کارآفرینی در روسیه، نشان دادند کسانی که دارای سرمایه اجتماعی فردی بیشتری هستند، این منابع تأثیر غیرمستقیم و مثبتی (با افزایش کنترل رفتاری درک شده و نگرش) بر قصد آغاز کسب‌وکار آنان دارد.

ما و سایرین جریان دارد. هوش فرهنگی فراشناختی یعنی چگونه می‌توان تجارب متنوع را حس و درک کرد؟ و چگونه می‌توان بر پایه تفاوت‌های فرهنگی برنامه‌ریزی مؤثر داشت. شناخت فرهنگی را دانش نسبت به هنجارها، عملکردها، رسوم و قواعد یک محیط متفاوت فرهنگی می‌دانند که از طریق آموزش و تجارب فردی کسب می‌شود. این بعد، همان درک کلی تفاوت فرهنگ‌ها است. بعد شناختی بعد منطقی، عینی و براساس ظرفیت‌ها و ساختارهای ذهنی ما است که به ما فرصت می‌دهد در مورد آنچه رخ می‌دهد فکر کنیم. رفتار فرهنگی یعنی قابلیت رفتارهای کلامی و غیرکلامی مؤثر در تعامل‌های فرهنگی هوش و بعد عملی هوش فرهنگی است که به توانایی مدیر برای عملکرد مؤثر در موقعیت‌های بین فرهنگی بر می‌گردد. عامل رفتاری هوش فرهنگی، یعنی رفتار سازگار با فرهنگ‌های متفاوت. در واقع بعد اقدام، ابعاد دیگر هوش را به بازی می‌گیرد و در ایجاد محتوای ارتباط بسیار مهم است.

انگیزش فرهنگی عبارت است از توانایی تمرکز، هدایت و صرف انرژی برای یادگیری و رفتار در موقعیت‌های متفاوت فرهنگی، که نشان از علاقه، باور، حرکت به سمت سازگاری بین فرهنگی، توانایی فرد برای درگیر شدن و ثابت قدم ماندن در چالش‌های بین فرهنگی دارد.

لزوم گرایش به کارآفرینی در شهرداری‌ها: مطالعات نشان می‌دهد اقدامات کارآفرینانه در شهرداری‌ها می‌تواند در بهبود عملکرد شهری مؤثر باشند؛ بنابراین همواره مورد توجه مدیران شهری بوده‌اند و امروزه مدیریت شهری با برنامه‌ریزی سیستماتیک سعی می‌کند تا با فراهم آوردن بستر مناسب برای کارآفرینان شهری موجب رشد و توسعه اقتصادی شهر شود؛ زیرا هزینه‌کردن برای آماده‌سازی این بستر، نوعی سرمایه‌گذاری است که سود نهایی و ارزش افزوده آن

کارآفرینانه پرهیز می‌کنند. در نتیجه کارآفرینان نیاز به هوش فرهنگی بالایی به منظور هماهنگ سازی با فرهنگ‌های مختلف دارند (کمالیان و همکاران، ۱۳۹۳). نتایج تحقیقات خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، برجسته و توکلی (۱۳۹۷)، کمالیان و همکاران (۱۳۹۳) و Nakhaei et al. (2013) نشان می‌دهند بین هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد، بنابراین یکی از فرضیه‌های این پژوهش به شرح ذیل می‌باشد؛

H2: بین هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

سرمایه اجتماعی در فرآیند کارآفرینی، امری ضروری است (Mahfud et al., 2020). سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی، بهره‌برداری از فرصت‌های نوآورانه را تسهیل می‌کند و امکان کشف فرصت‌های جدید را فراهم می‌آورد که در نتیجه، می‌تواند بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت داشته باشد (رجبی فرجاد و معدن کار، ۱۳۹۸). نتایج تحقیقات موسوی میرکلایی (۱۳۹۹)، رجبی فرجاد و معدن کار (Amjad and Sania, Mahfud et al. (2020)، (۱۳۹۸)، (2019)، Tatarko and Schmidt (2016) نشان می‌دهند که بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه معنی‌داری وجود دارد، بنابراین یکی از فرضیه‌های این پژوهش به شرح ذیل می‌باشد؛

H3: بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

امروزه، گرایش کارآفرینانه و تمرکز بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل کسب مزیت رقابتی پایدار برای آنهاست (موسوی میرکلایی، ۱۳۹۹). تحقیقات متعددی، افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه را به سرمایه اجتماعی، پیوند داده‌اند. از طرفی، توجه به هوش فرهنگی، می‌تواند در شناخت قابلیت‌های کارآفرینانه سازمانها سهم داشته

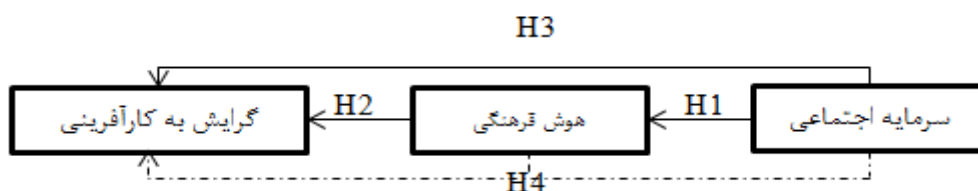
توسعه فرضیه‌های تحقیق: در میان مهارت‌های مورد نیاز در قرن ۲۱، توانایی تطبیق مستمر با افرادی از فرهنگ‌های مختلف و توانایی اداره ارتباطات بین فرهنگی (هوش فرهنگی)، همراه با سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در مباحث اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح شده است (خلود و نصیری‌نیا، ۱۳۹۶). جامعه علمی و محیط کار جهانی امروز، نیاز به افرادی دارد که با سایر فرهنگ‌ها آشنایی داشته باشند و بتوانند با آنها ارتباط مناسب برقرار نمایند. بدین منظور، افراد نیاز به هوش فرهنگی دارند که در این میان، سرمایه اجتماعی که عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است به‌عنوان یک نوع سرمایه چه در سطح مدیریت کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها، می‌تواند شناخت جدیدی از هوش فرهنگی را به دست دهد (Fakhrerad, 2018). نتایج تحقیقات خلود و نصیری‌نیا (۱۳۹۶)، افشار (۱۳۹۳) و Fakhrerad (2018) نشان می‌دهند بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه معنی‌داری وجود دارد، بنابراین یکی از فرضیه‌های این پژوهش به شرح ذیل می‌باشد؛

H1: بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

پیچیدگی‌های فرهنگی چه در سطح اجتماعی و چه در سطح سازمانی، یکی از عوامل تهدید کننده در فعالیت‌های کارآفرینانه محسوب می‌شود. باید توجه داشت که به دلیل وجود مخاطرات فراوان در مراحل اولیه ایجاد یک سازمان، نیاز به همدلی و درک مشترک میان ذی‌نفعان بیشتر است؛ این در حالی است که افزایش تنوع فرهنگی، قومی و نژادی به صورت بالقوه می‌تواند انسجام گروه اولیه کارآفرینان را کاهش دهد (Nakhaei et al., 2013). بسیاری از کارآفرینان به علت نداشتن گرایش یا ناتوانی در کارکردن با دیگر فرهنگ‌ها و جامعه‌ها، از گسترش فعالیت‌های

(۱۳۹۳)، Nakhaei et al. (2013)، موسوی میرکلایی (۱۳۹۹)، رجیبی فرجاد و معدن کار (۱۳۹۸)، Mahfud (2020)، et al (2019)، Amjad and Sania (2016) and Schmidt (2016) نشان می‌دهند بین این سه متغیر رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین آخرین فرضیه این پژوهش به شرح ذیل می‌باشد؛
H4: هوش فرهنگی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی نقش میانجی دارد.

باشد. بسیاری از کارآفرینان به علت نداشتن گرایش یا ناتوانی در کارکردن با دیگر فرهنگ‌ها و جامعه‌ها، از گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه پرهیز می‌کنند. در نتیجه کارآفرینان نیاز به هوش فرهنگی بالایی به منظور هماهنگ سازی با فرهنگ‌های مختلف دارند (Amjad and Sania, 2019). همچنین نتایج تحقیقات خلود و نصیری‌نیا (۱۳۹۶)، افشار (۱۳۹۳)، Fakhrrerad (2018)، خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، برجسته و توکلی (۱۳۹۷)، کمالیان و همکاران



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

(Leonidas and Prado, 1998)، گرایش به کارآفرینی (William Prado, 2007) و هوش فرهنگی (Vassillis, 2007) مقیاس مورد استفاده در پرسشنامه طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت است که برای گزینه کاملاً مخالفم یا خیلی کم، امتیاز یک و گزینه کاملاً موافقم یا خیلی زیاد، امتیاز ۵ در نظر گرفته شده است. تحلیل داده‌ها در قسمت توصیفی با آزمون‌های فراوانی، میانگین، انحراف معیار و واریانس با نرم‌افزار SPSS26 و در قسمت استنباطی با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS3 انجام شد. روایی محتوایی پرسشنامه با مشورت از خبرگان دانشگاهی مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه نیز مبتنی بر روش پیش‌آزمون برای ۳۰ نفر و مقدار ضریب آلفای کرونباخ است که ضریب آلفای کرونباخ مربوط به هر کدام یک از متغیرهای پژوهش در جدول ۱ آورده شده است.

روش‌شناسی پژوهش: این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و با روش توصیفی-پیمایشی اجرا شده است. جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارکنان شهرداری اصفهان است که تعداد آنها در زمان انجام پژوهش ۲۰۰ نفر بود. تعیین حجم نمونه، مبتنی بر جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) است که تعداد آن ۱۲۷ نفر تعیین شد اما جهت افزایش دقت، تعداد نمونه‌ها به ۱۳۲ نفر ارتقاء یافت و برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شد. ابزار مورد استفاده برای جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای متشکل از ۴ بخش بود که در بخش نخست به ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان پرداخته شده است و سه بخش دیگر متشکل از سه پرسشنامه استاندارد تعدیل یافته شامل ۴۸ سؤال (جدول ۲) به شرح ذیل می‌باشند: پرسشنامه سرمایه اجتماعی (Nahapiet and Ghoshal, 1998)

جدول ۱- مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرهای پرسشنامه

متغیر	تعداد سؤال	ضریب آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی	۱۷	۰/۹۳۷
گرایش به کارآفرینی	۱۲	۰/۹۰۹
هوش فرهنگی	۱۹	۰/۹۴۰

از آنجا که ضریب آلفای کرونباخ بر اساس جدول ۱ برای تمام متغیرها از مقدار استاندارد ۰/۷ بیشتر است، در نتیجه سؤالات مربوط به تمام متغیرها پایایی لازم را دارند.

یافته‌های پژوهش

آمار توصیفی: در خصوص ویژگی‌های جمعیت

پژوهش مبتنی بر پارامترهای آماری ارائه می‌شود.

جدول ۲- شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	واریانس
سرمایه اجتماعی	۱۳۲	۳/۶۲۲۱	۰/۷۱۴۳۳	۰/۵۱۰
گرایش به کارآفرینی	۱۳۲	۳/۵۰۵۱	۰/۶۸۵۷۰	۰/۴۷۰
هوش فرهنگی	۱۳۲	۳/۴۹۶۰	۰/۷۳۱۶۶	۰/۵۳۵

طبق اطلاعات جدول ۲، برای تمام متغیرها، میانگین محاسبه شده بیشتر از میانگین نظری (عدد ۳) است. همچنین، بیش‌ترین مقدار میانگین به متغیر سرمایه اجتماعی و کم‌ترین میانگین به متغیر هوش فرهنگی مربوط است. در جدول ۳ نیز مقادیر میانگین و انحراف معیار برای تک تک سؤالات آورده شده است.

جدول ۳- وضعیت توصیفی سؤالات

ردیف	متغیر	ابعاد	سؤالات	میانگین	انحراف معیار
۱	سرمایه اجتماعی	سرمایه ساختاری	تا چه میزان شما از روابط شخصی گرم، در رفتارتان استفاده می‌کنید؟	۴/۰۵	۰/۸۱۸
۲			تا چه میزان از ارتباطات کاری خوب خود استفاده می‌نمایید؟	۳/۸۹	۰/۸۰۷
۳			رعایت سلسله مراتب شغلی در سازمان به چه میزان است؟	۳/۴۰	۱/۱۵۸
۴			تا چه میزان از ساختار ارتباطی تسهیل کننده از جمله تیم‌ها برای کار بهره می‌جوید؟	۳/۶۴	۰/۸۷۵
۵			تا چه اندازه از اطلاعات ارزشمند همکارانتان استفاده می‌نمایید؟	۳/۴۳	۰/۹۲۶
۶			تا چه اندازه از چشم انداز آینده کاری خود مطلع هستید؟	۳/۶۰	۱/۰۵۵

۰/۹۶۱	۳/۵۰	تا چه اندازه ابزارهای ارتباطی مشترک بین همکاران سازمان وجود دارد؟	۷	سرمایه شناختی
۰/۹۵۴	۳/۶۱	تا چه میزان شناخت بر اساس حکایات مشترک برای شما می‌تواند مهم باشد؟	۸	
۱/۱۲۹	۳/۵۱	تا چه اندازه دیدگاه کارکنان در سازمان به یکدیگر نزدیک است؟	۹	
۰/۹۹۴	۳/۶۷	تا چه اندازه بیش‌تر مشتری از اهداف سازمان دارید؟	۱۰	
۱/۰۷۷	۳/۵۸	تا چه اندازه روابط مبتنی بر صداقت در سازمان شما بوده است؟	۱۱	
۱/۰۱۲	۳/۶۴	تا چه اندازه همکاری به عنوان یک الزام بین شما و بقیه افراد وجود دارد؟	۱۲	
۱/۰۴۵	۳/۶۲	تا چه اندازه در سازمان خود احساس امنیت می‌کنید؟	۱۳	سرمایه رابطه‌ای
۱/۱۰۸	۳/۵۴	تا چه اندازه وجود کارگروهی می‌تواند بر موفقیت سازمان شما تاثیرگذار باشد؟	۱۴	
۱/۰۴۱	۳/۴۱	تا چه اندازه به سازمان خود احساس تعلق می‌کنید؟	۱۵	
۱/۰۸۸	۳/۶۲	تا چه اندازه روابط متقابل بین کارکنان و مدیران سازمان وجود دارد؟	۱۶	
۱/۰۶۸	۳/۸۶	تا چه اندازه هنجارهای اجتماعی بر روابط شما تاثیرگذار می‌باشد؟	۱۷	
۰/۸۱۸	۴/۰۵	من به شیوه‌های کارآمد، از طریق کاغذبازی بروکراتیک، اقدامات پیشنهادی را دریافت می‌کنم.	۱۸	کاهش کاغذبازی در سازمان
۰/۸۰۷	۳/۸۹	من علاقمند به کسب مهارت‌های جدید هستم.	۱۹	
۱/۱۵۸	۳/۴۰	هنگامی که نتایج مورد نظربه دست نیاید، به سرعت اقداماتم را کاهش می‌دهم.	۲۰	
۰/۸۷۵	۳/۶۴	من همکارانم را به بیان ایده‌ها و نظرات خود جهت بهبود خدمات سازمان تشویق می‌کنم.	۲۱	
۰/۹۲۶	۳/۴۲	من الهام‌بخش همکارانم جهت تفکر درباره کارهایشان به شیوه‌ای جدید هستم.	۲۲	تغییر در رفتار کارکنان
۰/۹۴۴	۳/۵۴	من زمان خود را به همکارانم تخصیص می‌دهم تا جهت یافتن روش‌هایی برای بهبود خدمات سازمان به آنها کمک کنم.	۲۳	گرایش به کارآفرینی
۰/۹۵۲	۳/۴۵	هنگامی که همکارانم به شیوه‌ای محتاطانه رفتار می‌کنند، من با استفاده از رویکردهای جدید، می‌توانم به سمت آینده حرکت کنم.	۲۴	بینش استراتژیک
۱/۰۲۳	۳/۱۷	من شرح می‌دهم که امور مربوط به واحد سازمانیم در آینده چگونه خواهند بود و چه چیزهایی در آنجا مورد نیاز می‌باشد.	۲۵	
۱/۱۰۴	۳/۲۳	برای اینکه بتوانیم از عهده چالش‌ها برآیم، یک جو کارگروهی مبتنی بر همکاری در واحد سازمانی ایجاد می‌کنیم.	۲۶	ایجاد یک محیط کاری
۰/۹۱۸	۳/۴۴	من محیطی را ایجاد می‌کنم که در آن، افراد به ایجاد	۲۷	پر انرژی

		بهبود علاقمند شوند.	
۱/۱۷۳	۳/۲۴	در محیطی که در آن کار می‌کنم، از ابتکارات کارکنان حمایت می‌شود.	۲۸
۰/۹۱۷	۳/۵۸	در محیطی که در آن کار می‌کنم، امکان دستیابی به اطلاعات مدیریتی وجود دارد.	۲۹
۰/۹۹۴	۳/۳۹	من از نوع دانش فرهنگی که در تعامل با افراد دارای سوابق فرهنگی مختلف استفاده می‌کنم، آگاهی دارم.	۳۰
۱/۰۱۴	۳/۴۵	من از دانش فرهنگی که در تعاملات چند فرهنگی به کار می‌برم، آگاهی دارم.	۳۱
۰/۹۹۹	۳/۲۲	هنگام تعامل با افرادی که از فرهنگ آنها آشنایی ندارم، دانش فرهنگی‌ام را با آنها انطباق می‌دهم.	۳۲
۱/۰۶۱	۳/۲۰	هنگام تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف، صحت دانش فرهنگی‌ام را بررسی می‌کنم.	۳۳
۱/۰۶۵	۳/۲۲	من از سیستم‌های حقوقی و اقتصادی فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.	۳۴
۰/۹۴۹	۳/۳۵	من از اعتقادات مذهبی فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.	۳۵
۱/۱۲۵	۳/۱۰	من از رسوم ازدواج فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.	۳۶
۰/۹۴۱	۴/۱۲	من از هنرها و صنایع فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.	۳۷
۱/۰۵۸	۳/۹۵	من از قوانین زبان‌های دیگر آشنایی دارم.	۳۸
۱/۰۷۲	۳/۶۸	من از تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برم.	۳۹
۱/۰۴۹	۳/۶۹	من از زندگی در فرهنگ‌هایی که برایم آشنا نیستند، لذت می‌برم.	۴۰
۱/۱۰۱	۳/۴۵	من مطمئنم که می‌توانم با افرادی که با فرهنگ آنها آشنا نیستم، تعامل برقرار کنم.	۴۱
۰/۹۴۵	۳/۳۳	من مطمئنم که با شرایط خرید در یک فرهنگ متفاوت، خو می‌گیرم.	۴۲
۱/۲۲۵	۳/۵۵	من مطمئنم که می‌توانم استرس‌های ناشی از انطباق با یک فرهنگ جدید را مدیریت کنم.	۴۳
۱/۰۱۵	۳/۶۲	هنگام تعامل با فرهنگ‌های مختلف، رفتار شفاهی‌ام را تغییر می‌دهم.	۴۴
۱/۱۵۵	۳/۴۶	هنگام تعامل با فرهنگ‌های مختلف، رفتار غیر شفاهی‌ام را در صورت نیاز تغییر می‌دهم.	۴۵
۱/۱۱۴	۳/۵۵	من در موقعیت‌های فرهنگی مختلف، به شیوه‌ای متفاوت رفتار می‌کنم.	۴۶
۱/۱۰۱	۳/۴۷	من هنگامی که در موقعیت‌های فرهنگی مختلف قرار می‌گیرم، در صورت نیاز، سرعت صحبت کردنم را تغییر می‌دهم.	۴۷
۱/۰۳۸	۳/۶۲	من هنگامی که در موقعیت‌های فرهنگی مختلف قرار می‌گیرم، در صورت نیاز، حالت چهره‌ام را تغییر می‌دهم.	۴۸

آمار استنباطی: با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE، ۰/۵ است و مطابق با یافته‌های جدول ۴ این معیار در مورد متغیرهای مکنون مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرایی پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۴- نتایج روایی همگرا متغیرهای پنهان تحقیق

متغیرهای مکنون	میانگین واریانس استخراجی
سرمایه اجتماعی	۰/۵۰۴
هوش فرهنگی	۰/۵۸۵
گرایش به کارآفرینی	۰/۵۰۳

با توجه به جدول ۵ برای بررسی ماتریس روایی واگرا از روش فورنل و لارکر، استفاده می‌شود که خانه‌های این ماتریس حاوی جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه و ضرایب همبستگی بین سازه‌ها است. در صورتی این مدل روایی واگرای قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی (جذر مقادیر AVE) از مقادیر زیرین خود (ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) بیشتر باشد مدل روایی واگرای قابل قبولی دارد.

جدول ۵- ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

ردیف	متغیر	سرمایه اجتماعی	هوش فرهنگی	گرایش به کارآفرینی
۱	سرمایه اجتماعی	۰/۷۱۰		
۲	هوش فرهنگی	۰/۶۵۶	۰/۷۶۴	
۳	گرایش به کارآفرینی	۰/۶۴۵	۰/۶۸۱	۰/۷۰۹

معناداری بارعاملی در پژوهش‌های تاییدی هنگامی تأیید می‌شود که مقدار بارعاملی بیشتر از ۰/۵ باشد. نتایج معناداری بارعاملی پژوهش حاضر در جدول ۶ قابل مشاهده است.

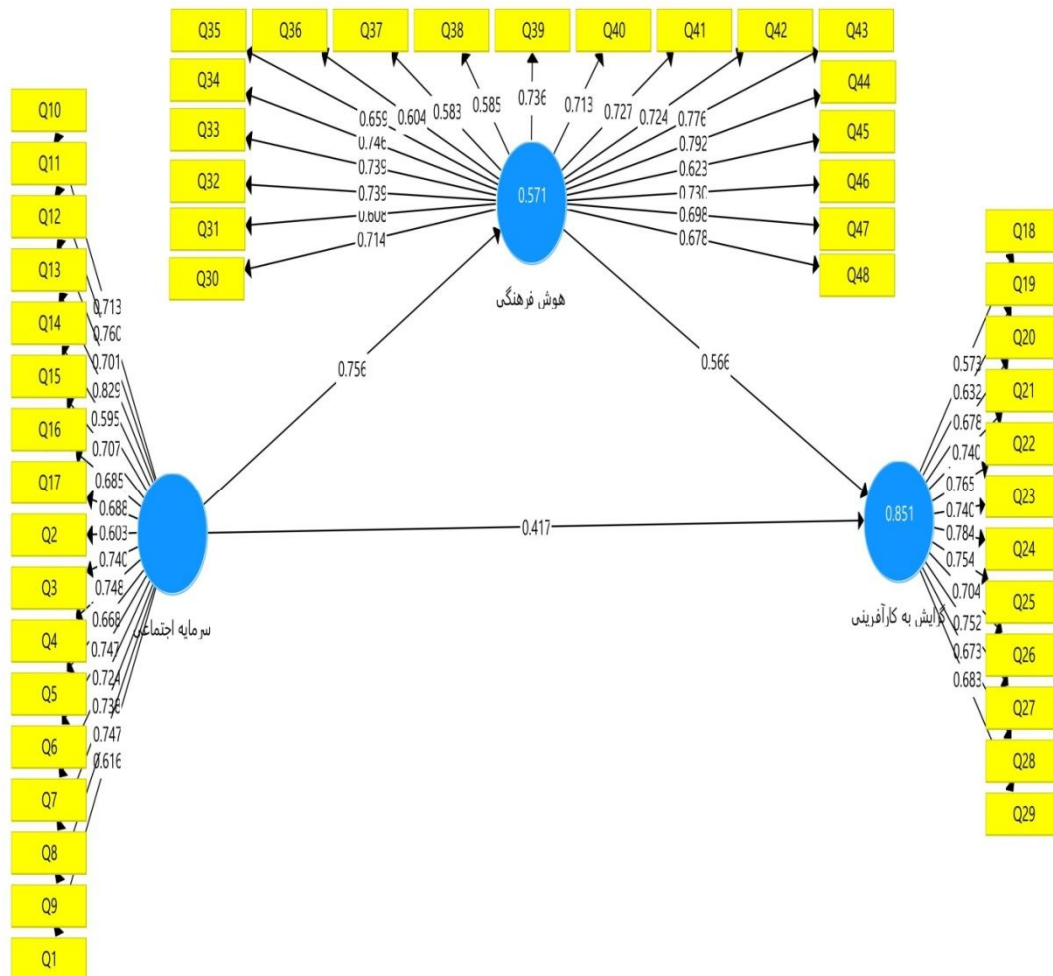
جدول ۶- بار عاملی ابزار اندازه گیری پژوهش

سؤال	سرمایه اجتماعی	هوش فرهنگی	گرایش به کارآفرینی
تا چه میزان شما از روابط شخصی گرم، در رفتارتان استفاده می‌کنید؟	۰/۶۱۶		
تا چه میزان از ارتباطات کاری خوب خود استفاده می‌نمایید؟	۰/۶۰۳		
رعایت سلسله مراتب شغلی در سازمان به چه میزان است؟	۰/۷۴۰		
تا چه میزان از ساختار ارتباطی تسهیل کننده از جمله تیم‌ها برای کار بهره می‌جوید؟	۰/۷۴۸		
تا چه اندازه از اطلاعات ارزشمند همکارانتان استفاده می‌نمایید؟	۰/۶۶۸		
تا چه اندازه از چشم انداز آینده کاری خود مطلع هستید؟	۰/۷۴۷		
تا چه اندازه ابزارهای ارتباطی مشترک بین همکاران سازمان وجود دارد؟	۰/۷۲۴		
تا چه میزان شناخت بر اساس حکایات مشترک برای شما می‌تواند مهم باشد؟	۰/۷۳۸		
تا چه اندازه دیدگاه کارکنان در سازمان به یکدیگر نزدیک است؟	۰/۷۴۷		
تا چه اندازه بینش مشترکی از اهداف سازمان دارید؟	۰/۷۱۳		
تا چه اندازه روابط مبتنی بر صداقت در سازمان شما بوده است؟	۰/۷۶۰		

۰/۷۰۱	تا چه اندازه همکاری به عنوان یک الزام بین شما و بقیه افراد وجود دارد؟
۰/۸۲۹	تا چه اندازه در سازمان خود احساس امنیت می‌کنید؟
۰/۵۹۵	تا چه اندازه وجود کارگروهی می‌تواند بر موفقیت سازمان شما تاثیرگذار باشد؟
۰/۷۰۷	تا چه اندازه به سازمان خود احساس تعلق می‌کنید؟
۰/۶۸۵	تا چه اندازه روابط متقابل بین کارکنان و مدیران سازمان وجود دارد؟
۰/۶۸۸	تا چه اندازه هنجارهای اجتماعی بر روابط شما تاثیرگذار می‌باشد؟
۰/۵۷۳	من به شیوه‌ای کارآمد، از طریق کاغذبازی بروکراتیک، اقدامات پیشنهادی را دریافت می‌کنم.
۰/۶۳۲	من علاقمند به کسب مهارت‌های جدید هستم.
۰/۶۷۸	هنگامی که نتایج مورد نظربه دست نیاید، به سرعت اقداماتم را کاهش می‌دهم.
۰/۷۴۰	من همکارانم را به بیان ایده‌ها و نظرات خود جهت بهبود خدمات سازمان تشویق می‌کنم.
۰/۷۶۵	من الهام‌بخش همکارانم جهت تفکر درباره کارهایشان به شیوه‌ای جدید هستم.
۰/۷۴۰	من زمان خود را به همکارانم تخصیص می‌دهم تا جهت یافتن روش‌هایی برای بهبود خدمات سازمان به آنها کمک کنم.
۰/۷۸۴	هنگامی که همکارانم به شیوه‌ای محتاطانه رفتار می‌کنند، من با استفاده از رویکردهای جدید، می‌توانم به سمت آینده حرکت کنم.
۰/۷۵۴	من شرح می‌دهم که امور مربوط به واحد سازمانیم در آینده چگونه خواهند بود و چه چیزهایی در آنجا مورد نیاز می‌باشد.
۰/۷۰۴	برای اینکه بتوانیم از عهده چالش‌ها برآییم، یک جو کارگروهی مبتنی بر همکاری در واحد سازمانی ایجاد می‌کنیم.
۰/۷۵۲	من محیطی را ایجاد می‌کنم که در آن، افراد به ایجاد بهبود علاقمند شوند.
۰/۶۷۳	در محیطی که در آن کار می‌کنم، از ابتکارات کارکنان حمایت می‌شود.
۰/۶۸۳	در محیطی که در آن کار می‌کنم، امکان دستیابی به اطلاعات مدیریتی وجود دارد.
۰/۷۱۴	من از نوع دانش فرهنگی که در تعامل با افراد دارای سوابق فرهنگی مختلف استفاده می‌کنم، آگاهی دارم.
۰/۶۰۸	من از دانش فرهنگی که در تعاملات چند فرهنگی به کار می‌برم، آگاهی دارم.
۰/۷۳۹	هنگام تعامل با افرادی که از فرهنگ آنها آشنایی ندارم، دانش فرهنگی‌ام را با آنها انطباق می‌دهم.
۰/۷۳۹	هنگام تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف، صحت دانش فرهنگی‌ام را بررسی می‌کنم.
۰/۷۴۶	من از سیستم‌های حقوقی و اقتصادی فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.
۰/۶۵۹	من از اعتقادات مذهبی فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.
۰/۶۰۴	من از رسوم ازدواج فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.
۰/۵۸۳	من از هنرها و صنایع فرهنگ‌های دیگر آشنایی دارم.
۰/۵۸۵	من از قوانین زبان‌های دیگر آشنایی دارم.
۰/۷۳۶	من از تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف لذت می‌برم.
۰/۷۱۳	من از زندگی در فرهنگ‌هایی که برایم آشنا نیستند، لذت می‌برم.
۰/۷۲۷	من مطمئنم که می‌توانم با افرادی که با فرهنگ آنها آشنا نیستم، تعامل برقرار کنم.
۰/۷۲۴	من مطمئنم که با شرایط خرید در یک فرهنگ متفاوت، خو می‌گیرم.
۰/۷۷۶	من مطمئنم که می‌توانم استرس‌های ناشی از انطباق با یک فرهنگ جدید را مدیریت کنم.
۰/۷۹۲	هنگام تعامل با فرهنگ‌های مختلف، رفتار شفاهی‌ام را تغییر می‌دهم.
۰/۶۲۳	هنگام تعامل با فرهنگ‌های مختلف، رفتار غیر شفاهی‌ام را در صورت نیاز تغییر می‌دهم.
۰/۷۳۰	من در موقعیت‌های فرهنگی مختلف، به شیوه‌ای متفاوت رفتار می‌کنم.
۰/۶۹۸	من هنگامی که در موقعیت‌های فرهنگی مختلف قرار می‌گیرم، در صورت نیاز، سرعت صحبت کردنم را تغییر می‌دهم.
۰/۶۷۸	من هنگامی که در موقعیت‌های فرهنگی مختلف قرار می‌گیرم در صورت نیاز، حالت چهره‌ام را تغییر می‌دهم.

ساختاری به تحلیل فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود که در ادامه، تعامل بین متغیرها به صورت چندگانه با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار می‌گیرد که نتیجه آن برای ضرایب مسیر به صورت شکل ۲ است.

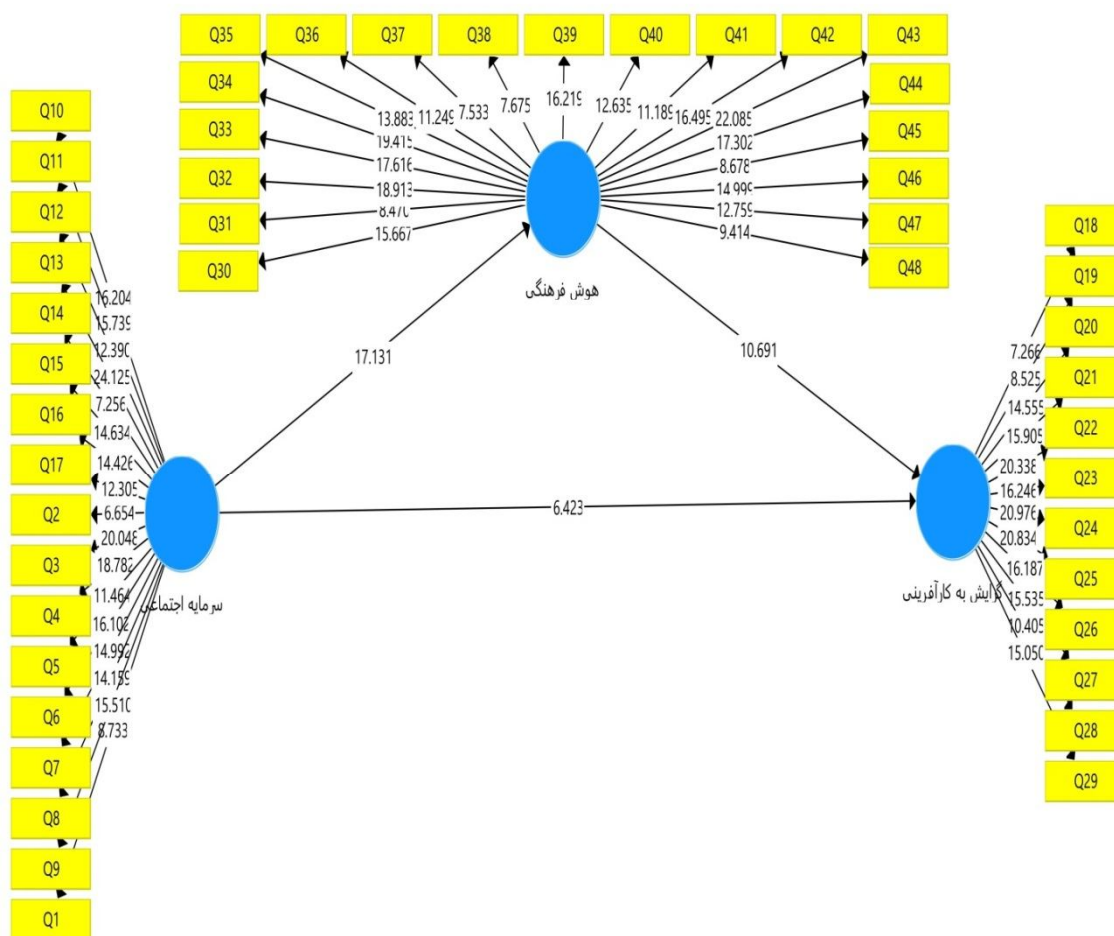
با توجه به جدول فوق، مشاهده می‌شود که بارعاملی مربوط به تمامی سؤالات بیشتر ۰/۵ است پس تمام سؤالی که مربوط به متغیرهای فوق هستند همگن می‌باشند. حال با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات



شکل ۲- نتیجه مدل‌سازی معادلات ساختاری در حالت استاندارد

آزمون با در نظر گرفتن ضرایب مسیر متغیرها و مقادیر معنی‌داری برای روابط متغیرها در جدول ۷ آورده می‌شود.

در شکل ۲، نتیجه مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی ارتباط بین متغیرها به صورت ضرایب مسیر و در شکل ۳، مقادیر آماره t برای بررسی معنی‌داری مقادیر به دست آمده ارائه می‌شود. نتیجه



شکل ۳- نتیجه مدل‌سازی معادلات ساختاری در حالت معنی‌داری

جدول ۷- بررسی معناداری ضرایب مسیر و آزمون روابط مستقیم متغیرها

شماره	فرضیه	ضریب مسیر	ضریب معناداری	نتیجه آزمون
اول	بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	۰/۷۵۶	۱۷/۱۳۱	تأیید
دوم	بین هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	۰/۵۵۶	۱۰/۶۹۱	تأیید
سوم	بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.	۰/۴۱۷	۶/۴۳۳	تأیید

اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($\beta = ۰/۴۱۷, t = ۶/۴۳۳$). بر این اساس چون ضرایب مسیر مثبت هستند پس رابطه مثبت وجود دارد و چون ضرایب معنی‌داری بزرگتر از ۱/۹۶ هستند پس رابطه معنی‌دار هم می‌باشد.

نتایج نشان می‌دهند بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($\beta = ۰/۷۵۶, t = ۱۷/۱۳۱$)، بین هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد ($\beta = ۰/۵۵۶, t = ۱۰/۶۹۱$). بین سرمایه

جدول ۸- بررسی معناداری ضرایب مسیر و آزمون روابط غیر مستقیم متغیرها

شماره	فرضیه	ضریب مسیر	ضریب	نتیجه
چهارم	هوش فرهنگی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی نقش میانجی دارد.	۰/۴۲۸	۹/۰۷۰	تأیید

سایر فرهنگ‌ها آشنایی داشته باشند و بتوانند با آنها ارتباط مناسبی برقرار نمایند. در این میان، سرمایه اجتماعی که عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است به عنوان یکی از انواع سرمایه‌ها، چه در سطح مدیریت کلان کشور و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها، می‌تواند شناخت جدیدی از هوش فرهنگی را به وجود آورد.

نتایج نشان دادند بین هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با نتایج تحقیقات خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، برجسته و توکلی (۱۳۹۷)، کمالیان و همکاران (۱۳۹۳)، Nakhaei et al. (2013) همخوانی دارد. از یافته‌های پژوهش می‌توان استنتاج کرد که بسیاری از کارکنان به علت ناتوانی در کار کردن با دیگر فرهنگ‌ها، از گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه پرهیز می‌کنند لذا کارکنان نیاز به هوش فرهنگی بالایی به منظور هماهنگ‌سازی با فرهنگ‌های مختلف در راستای گرایش به کارآفرینی دارند.

نتایج نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با نتایج تحقیقات موسوی میرکلایی (۱۳۹۹)، رجبی فرجاد و معدن‌کار (۱۳۹۸)، Mahfud et al. (2020)، Tatarko and Schmidt, Amjad and Sania (2019) همخوانی دارد. با توجه به نتایج به‌دست آمده از یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و بهره‌برداری از فرصت‌های نوآورانه را تسهیل می‌کند و امکان کشف فرصت‌های جدید را فراهم می‌آورد که در نتیجه، می‌تواند بر

ضریب مسیر غیرمستقیم رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی از طریق متغیر هوش فرهنگی ۰/۴۲۸ به‌دست آمد که با بررسی توسط آزمون سوبل می‌توان گفت میانجی‌گری متغیر هوش فرهنگی، در رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی مورد تأیید قرار گرفت ($t > 1/96$). در پایان، برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که سه مقدار ۰/۲۵، ۰/۳۶ و ۰/۵۸۵ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است. مقادیر Commuality متغیرها به ترتیب عبارت است از: ۰/۵۰۴، ۰/۵۰۳، ۰/۵۸۵ و مقادیر R^2 برای متغیرهای هوش فرهنگی و گرایش به کارآفرینی به ترتیب عبارت است از: ۰/۵۷۱، ۰/۸۵۱. اکنون میانگین Commuality و R^2 محاسبه می‌شود که به ترتیب برابر است با ۰/۵۳۱ و ۰/۷۱۱ بنابراین مقدار GOF برابر با ۰/۶۱۴ است که برآزش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

مدیریت شهری نقش مهمی در موفقیت برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری بر عهده دارند. لذا هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی با نقش میانجی هوش فرهنگی در شهرداری اصفهان است. نتایج نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و هوش فرهنگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که با نتایج تحقیقات خلود و نصیری‌نیا (۱۳۹۶)، افشار (۱۳۹۳) و Fakhrerad (2018) همخوانی دارد. از یافته‌های پژوهش می‌توان استنتاج کرد که شهردای نیاز به افرادی دارند که با

با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادات زیر به مدیران شهرداری اصفهان ارائه می‌گردد:

- سرمایه‌گذاری در توسعه سرمایه اجتماعی از طریق آموزش ارتباطات اثربخش، بهبود فرآیند ارتباطات و تعاملات میان کارکنان و مدیران در شهرداری.
- تلاش در جهت ایجاد فضای کاری توأم با دوستی و اعتماد تا بتوانند از این طریق سرمایه اجتماعی را بهبود دهند و زمینه‌ساز گرایش کارآفرینانه در کارکنان و شهرداری باشند.
- ایجاد فرهنگ و جوی آکنده از همکاری، اعتماد متقابل و کار تیمی و گروهی.
- تلاش به منظور ایجاد فرهنگ حمایتی از طریق طراحی سیستم‌های تشویقی و انگیزشی برای تقویت گرایش به کارآفرینی.
- با برگزاری دوره‌های آموزشی، کارگاه‌های علمی و همایش‌ها در راستای افزایش هوش فرهنگی و شرکت کارکنان در این سمینارها و دوره‌های آموزشی، اقدامات لازم را انجام دهند تا در نتیجه آن گرایش به کارآفرینی کارکنان افزایش یابد.

گرایش به کارآفرینی شهرداری، تأثیر مثبتی داشته باشد.

نتایج نشان دادند بین سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی با نقش میانجی هوش فرهنگی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با نتایج تحقیقات خلود و نصیری‌نیا (۱۳۹۶)، افشار (۱۳۹۳)، Fakhrerad (2018)، خسروی‌پور و همکاران (۱۳۹۷)، برجسته و توکلی (۱۳۹۷)، کامالیان و همکاران (۱۳۹۳)، Nakhaei et al. (2013)، موسوی میرکلایی (۱۳۹۹)، رجیبی فرجاد و معدن کار (۱۳۹۸)، Amjad and Sania (2019)، Mahfud et al. (2020) و Tatarko and Schmidt (2016) همخوانی دارد. با توجه به نتایج بدست آمده از یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان نتیجه گرفت که گرایش‌های کارآفرینانه در شهرداری، از جمله مهم‌ترین عوامل کسب مزیت رقابتی برای شهرداری است. از طرفی، توجه به هوش فرهنگی، می‌تواند در شناخت قابلیت‌های کارآفرینانه شهرداری سهم داشته باشد بنابراین شهرداری نیازمند کارکنانی با هوش فرهنگی بالا جهت ارتقای سطح سرمایه اجتماعی و خلق فرصت‌های کارآفرینانه می‌باشد.

منابع

- شهرستان محمودآباد. سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش.
۱. افشار، س. ۱۳۹۳. تحلیل جامعه‌شناختی رابطه سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز. مطالعات جامعه‌شناسی، ۷ (۲۵): ۳۹-۵۷.
 ۲. اکبریان رونیزی، س.، رضاعلی، م.، و چهارراهی، ذ. ۱۳۹۶. تحلیل وضعیت سرمایه اجتماعی شهری (مطالعه موردی: شهر استهبان). مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۲ (۲): ۳۷۵-۳۸۹.
 ۳. برجسته، ر.، و توکلی، م. ۱۳۹۷. تأثیر هوش فرهنگی و ابعاد آن بر گرایش کارآفرینی با نقش میانجی‌گری قصد کارآفرینانه در هنرجویان هنرستان‌های دخترانه دولتی
- شهرستان محمودآباد. سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش.
۴. بهلولی، ن.، جباری خامنه‌ای، ح.، تیرآبادی، ع.، و تیرآبادی، پ. ۱۳۹۷. تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد شرکت از طریق قابلیت بازاریابی با نقش تعدیلی منابع بازاریابی. فصلنامه چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۱ (۵): ۴۱-۶۲.
 ۵. خسروی‌پور، ب.، تیموری کوهسار، ز.، و پورفاتح، ن. ۱۳۹۷. رابطه میان هوش فرهنگی و گرایش کارآفرینی کارشناسان شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای کشاورزی استان گلستان. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۱۰ (۴۶): ۳-۱۵.

- community of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9 (64):2-13.
15. Antonic, B., and Hisrich, R.D. 2003. Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10 (1): 7-24.
16. Earley, P. C., and Ang, S. 2003. *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Stanford. CA7 Stanford Business Books.
17. Ernita, A., Firmansyah, A., and Tri, M. 2021. Entrepreneurship attitude of managers, member participation, and cooperative performance: Evidence from Indonesia. *Management Science Letters*, 10 (1): 1719-1728.
18. Fakhrebad, P. 2018. Recognition of the relationship between social capital and cultural intelligence among employees of Tehran Abfar Company, Amazonia - Investiga, 7 (16):184-195.
19. Krejcie, R.V., and Morgan, D.W. 1970. Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30 (3): 607-610.
20. Leonidas, A., and Vassillis, M. 2007. Entrepreneurial behavior in the Greek public sector, international. *Journal of Entrepreneurial behavior and Research*, 13 (13): 23-54.
21. Mahfud, T., Mochamad, B., Putu, S., and Yogianam, M. 2020. The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26 (1): 33-39.
22. Nahapiet, J., and Ghoshal, s. 1998. Social Capital, Intellectual capital & the organizational advantage. *Academy of management Review*, 23 (2): 242-260.
23. Nakhaei, A., Hadavi, F., Talebpour, M., and Farahani, A. 2013. The relationship between cultural intelligence and its dimensions with organizational entrepreneurship. *Advances in Environmental Biology*, 7(8): 1348-1355.
24. Niehm, L.S., Hurst, J.L., Son, J., Fiore, A.M., and Sadachar, A. 2013. *Entrepreneurial marketing: Scale*
۶. خلود، م.، و نصیری‌نیا، د. ۱۳۹۶. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی با هوش فرهنگی در کارکنان آموزش و پرورش شهر آبادان. کنفرانس ملی تحقیقات علمی جهان در مدیریت، حسابداری، حقوق و علوم اجتماعی.
۷. دانشیار، ک.، و عمرانی، ب. ۱۳۹۵. فضای سبز، مدیریت شهری، توسعه پایدار. کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری، مدیریت شهری و محیط زیست در هزاره سوم.
۸. رجبی فرجاد، ح.، و معدن کار، ر. ۱۳۹۸. تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد). فصلنامه مدیریت استاندارد و کیفیت، ۹ (۳۳): ۲۳-۳۴.
۹. سلاجقه، س.، و اشرف‌زاده، ا. ۱۳۹۳. بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با اثربخشی سازمانی در مرکز آموزشی درمانی بیمارستان شفا شهر کرمان. فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، ۱ (۱): ۶۴-۴۳.
۱۰. کمالیان، ا.، بهاروند، ف.، زارع علمی، ن.، و گوران، م. ۱۳۹۳. مدل معادلات ساختاری رابطه میان هوش فرهنگی و گرایش کارآفرینانه. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۷ (۲۳): ۸۹-۱۰۶.
۱۱. مختاری بایع کلایی، م.، و حیدری، ح. ۱۳۹۶. تبیین موانع و فرصت‌های کارآفرینی سازمانی در شهرداری‌ها. دومین همایش بین‌المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه.
۱۲. موسوی میرکلایی، س. ۱۳۹۹. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره پست استان مازندران). رهیافتی در مدیریت بازرگانی، ۱ (۱): ۶۶-۸۳.
۱۳. موسوی، ا.، رجوعی، م.، و غیور باغبانی، م. ۱۳۹۸. تأثیر گرایش به کارآفرینی و یادگیری و خودکارآمدی کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار. مدیریت سلامت، ۳۲ (۴): ۷۲-۸۵.
14. Amjad, A., and Sania, Y. 2019. Social capital and entrepreneurial intention: empirical evidence from rural

- Relationship between Cultural Intelligence and Perceived Environmental Uncertainty. PhD University of Phoenix.
27. Tatarko, A., and Schmidt, P. 2016. Individual social capital and the implementation of entrepreneurial intentions: The case of Russia. *Asian Journal of Social Psychology*. 19 (1): 76–85.
- development and validation in the small firm context. *Proceeding of Conference on Apparel, Events and Hospitality Management, United States, Iowa University*, 1- 6.
25. Peterson B .2004. *Cultural intelligence : A guide to working with people from other cultures*. Yurmouth,ME . Intercultural Press.
26. William Prado, H. 2006. *The*



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 7(4), 2021

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19196.1495

Investigating the Relationship Between Social Capital and Entrepreneurship Orientation with the Mediating role of Cultural Intelligence

H. Rezaei^{1*}, S. Rafieeyan², S. M. Khakzadian³

¹Assistant Professor of Management, Higher Education Institution of Pardisan, Fereydunkenar, Iran

²Master of Entrepreneurship Student, Pardisan Institute of Higher Education, Fereydunkenar, Iran

³Assistant Professor of Management, Higher Education Institution of Pardisan, Fereydunkenar, Iran

Received: 31/05/2021; Accepted: 14/07/2021

Abstract

Today, entrepreneurship plays an important role in achieving economic development in cities, and provides favorable conditions for urban management through the implementation of economic development strategy. This study was conducted aimed to investigate the relationship between social capital and entrepreneurship orientation with the mediating role of cultural intelligence in Isfahan Municipality. This study was an applied study in terms of the purpose and has been conducted through descriptive-survey method. The statistical population of the study was all administrative staff that was 200 people. The sample size was 127 people according to Krejcie and Morgan Table, but to increase the accuracy, it was increased to 132 people and simple random sampling method was used. Data collection tools were three standard modified questionnaires of social capital, tendency to entrepreneurship and cultural intelligence. Data analysis was performed in the descriptive part with frequency, mean, standard deviation and variance tests with SPSS26 software and in the inferential part; it was performed with structural equation modeling with Smart PLS3 software. The results of data analysis showed that there was a positive and significant relationship between social capital and cultural intelligence. There was a positive and significant relationship between cultural intelligence and entrepreneurship orientation. There was a positive and significant relationship between social capital and entrepreneurship orientation. The results also confirmed the mediating role of cultural intelligence in the relationship between social capital and entrepreneurship. Finally, it was found that strengthening the components of social capital and cultural intelligence is important to improve entrepreneurship in municipalities.

Keywords: Social Capital, Entrepreneurship Orientation, Cultural Intelligence, Isfahan Municipality.

*Corresponding author; rezaei.hamid66@gmail.com