



The Moderating Effect Of Innovation And Restructuring On The Relationship Between Social-Human Capital And Financial Performance With Social Responsibility In Tourism Service Companies In Tehran

Saeed Sadeghian Karagiye ¹, Saber Shokri ²

Abstract

Purpose: to determine the impact of social capital, human capital and financial performance on the social responsibility of the company.

Method: The statistical population of the research is managers and experts of tourism companies in Tehran. Using Cochran's formula and random selection, a sample of 150 people was selected. To analyze the data, structural equation model method was used in PLS software.

Findings: Human capital has the ability to innovate and restructure the organization's strategies. The skills, knowledge and administrative competencies of employees help travel and tourism companies to create innovative services that lead to increased productivity and financial performance of the organization.

Conclusion: The results show that social capital and human capital have an impact on financial performance and financial performance has an impact on corporate social responsibility. Service innovation and strategic restructuring variables positively moderate the relationship between both dimensions of capital, i.e. human capital and social capital, with financial performance

Keywords: social capital, human capital, financial performance, social responsibility, innovation.

1. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management, Payam Noor University, Tehran. Iran. Corresponding author: Email: saeed.sadeghian@pnu.ac.ir.

2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management, Payam Noor University, Tehran. Iran.

Journal of maritime science management ,2023,vol. 4,No 3 pp.59-77

Doi:[https://doi.org/ 10.22034/MMR.2024.316640.1115](https://doi.org/10.22034/MMR.2024.316640.1115)

Article Type: Research-based Published by Faculty of Management and Marine Commissary



Received: December 6 2023;

Accepted: September 6 2023



تأثیر تعدیل‌گر نوآوری و بازسازی در رابطه سرمایه اجتماعی - انسانی و عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های خدمات گردشگری تهران

سعید صادقیان قراقیه^۱، صابر شکری^۲

چکیده

هدف: این مقاله با هدف بررسی تأثیر تعدیل‌گر نوآوری و بازسازی در رابطه سرمایه اجتماعی - انسانی و عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های خدمات گردشگری تهران انجام شد.

روش‌شناسی: از لحاظ هدف، کاربردی؛ ماهیت آزمون فرضیه، محیط انجام پژوهش میدانی، استراتژی همبستگی، واحد تجزیه و تحلیل فرد و در نهایت از نظر افق زمانی، مقطعی است. جامعه آماری پژوهش، مدیران و کارشناسان شرکت‌های گردشگری شهر تهران است. با استفاده از فرمول کوکران و انتخاب تصادفی، نمونه‌ای به تعداد ۱۵۰ نفر انتخاب شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش مدل معادلات ساختاری در قالب نرم‌افزار پی‌ال‌اس استفاده گردید.

یافته‌ها: سرمایه انسانی توانایی نوآوری و تجدید ساختار استراتژی‌های سازمان را دارد. مهارت‌ها، دانش و شایستگی‌های اداری کارکنان، به شرکت‌های جهانگردی و توریستی کمک می‌کند تا خدماتی نوآورانه ایجاد کنند که منجر به افزایش بهره‌وری و عملکرد مالی سازمان گردد.

نتیجه: نتایج تحقیق نشان داد که سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی بر عملکرد مالی تأثیر دارد و عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تأثیرگذار است. متغیرهای نوآوری در خدمت و بازسازی استراتژیک رابطه بین هر دو بعد سرمایه، یعنی سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی با عملکرد مالی را به طور مثبتی تعدیل می‌کنند.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، عملکرد مالی، مسئولیت اجتماعی، نوآوری.

استناد: صادقیان قراقیه، سعید، شکری، صابر. (۱۴۰۳). تأثیر تعدیل‌گر نوآوری و بازسازی در رابطه سرمایه اجتماعی - انسانی و عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های خدمات گردشگری تهران. *مطالعات علوم مدیریت دریایی* (۳) ۴.

۱. استادیار گروه مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران. ایران. نویسنده مسئول، ایمیل: saeed.sadeghian@pnu.ac.ir

۲. استادیار گروه مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران. ایران.

Doi: <https://doi.org/10.22034/MMR.2024.316640.1115>

مقدمه

به اعتقاد بوردیو، سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌ای از روابط، یک ودیعه طبیعی یا یک ودیعه اجتماعی نیست، بلکه چیزی است که برای کسب آن باید تلاش کرد. به تعبیر بوردیو، سرمایه اجتماعی محصول نوعی سرمایه‌گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناآگاهانه است که به دنبال تثبیت و باز تولید روابطی است که مستقیماً در کوتاه‌مدت یا بلندمدت قابل استفاده هستند (بوردیو، ۱۳۸۴: ۲۵۱).

به نظر پوتنام (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های سازمان اجتماعی است که هماهنگی و همکاری را برای منفعت متقابل تسهیل می‌کند. این ویژگی عبارت است از: شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد اجتماعی (ایمانی جاجرمی، ۱۳۸۰: ۳۷). وی سرمایه اجتماعی را به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در سیستم‌های مختلف سیاسی می‌داند. تاکید عمده وی بر مفهوم اعتماد بود و به زعم او همین عامل است که می‌تواند با جلب اعتماد مردم، دولتمردان و نخبگان سیاسی موجب توسعه سیاسی شود. تفاوت عمده پوتنام با کلمن و بوردیو در این است که پوتنام این مفهوم را فراتر از سطح فردی و در سطح ملی به کار گرفته است (شارع پور، ۱۳۸۳: ۱۵). فوکویاما (۱۳۷۹) نیز معتقد است هنجارهایی که شالوده سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهند در صورتی معنا دارند که بیش از یک نفر در آن سهیم باشند. سباتینی (۲۰۰۸) ذکر می‌کند که پناهِیت و گوشال در یک دسته‌بندی، سرمایه اجتماعی را به سه بُعد تقسیم می‌کنند:

۱. بعد ساختاری: این بُعد شامل پیوندهای موجود در شبکه (وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه)، شکل و ترکیب شبکه (سلسله مراتب شبکه، میزان ارتباط‌پذیری و تراکم شبکه) و تناسب سازمانی (تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص، ممکن است برای اهداف دیگر نیز استفاده شود) است.

۲. بعد شناختی: این بُعد بر پایه شناخت (یعنی فعالیت‌های ذهنی، عقلی و اندیشه‌ای) و با استفاده از زبان مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزش‌ها را برای اعضای شبکه فراهم می‌کند. این امر مقدمه فعالیت بهینه آنان در نظام اجتماعی است و شامل زبان، علائم مشترک و روایت‌های مشترک است.

۳. بعد ارتباطی: این بُعد شامل مؤلفه‌هایی چون: اعتماد، هنجارها، تعهدات، روابط متقابل و تعیین هویت مشترک است. در محیط پویا و رقابتی امروز، سازمان نیاز به سرمایه‌گذاری و حمایت از سرمایه انسانی خود برای حفظ مزیت رقابتی دارد. امروزه سازمان‌ها با محیطی پرتکاپو و سازنده مواجه هستند. موفقیت سازمان‌ها به شدت بسته به ظرفیت و توانایی‌های آنها برای سازگاری خود با توانایی در رقابت و حفظ روابط با محیط اطراف است. در این محیط پرتلاطم دو شکل نامشهود سرمایه یعنی، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی می‌تواند نقشی مهم ایفا نماید. سرمایه انسانی به عنوان موتور محرکه هر سازمان و سرمایه اجتماعی به واسطه تغییر در روابط کنشگران و شبکه‌ها، می‌توانند نقشی مهم در موفقیت، علی‌الخصوص در زمان بحران داشته باشند. تیمون و استاماف (۲۰۰۳) نیز معتقدند که سرمایه اجتماعی توان بالقوه‌ای در ایجاد هم‌افزایی^۳ با دیگر اشکال سرمایه مانند سرمایه انسانی و مالی دارد.

محققان معتقدند با توجه به تغییرات سریع محیطی در بخش خدمات، به ویژه در صنعت جذب توریسم برای شرکت‌های گردشگری، آنان برای حفظ مزیت رقابتی پایدار با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند. این چالش‌ها شامل فراگیری و به

¹ Sabatini

² Tymon & Stumpf

³ Senery

روز کردن مهارت‌های ارتباطی، ایجاد شبکه‌ها و پیوندهای استراتژیک با هتل‌ها، آژانس‌های هوایی، زمینی و ...، سرعت رشد تکنولوژی و لزوم استفاده از تکنولوژی های جدید، ورود رقبای جدید و پیچیده‌تر شدن رقابت، جذب و نگهداشت نیروی انسانی ماهر و متخصص، همکاری با سازمان‌های فعال دولتی و غیردولتی و ... است. در چنین محیط چالش‌انگیز و رقابتی، شرکت‌ها باید نوآور باشند و به طور استراتژیک فرایندهای خود را بازسازی نمایند تا بتوانند با استفاده از سرمایه اجتماعی ایجاد شده و توانمندی نیروی انسانی، از مزایای انعطاف‌پذیری در جهت برآوردن نیازهای مالی سهامداران و همچنین دیگر ذینفعان خود از جمله، جامعه و گروه‌های اجتماعی مختلف استفاده نمایند.

در ادبیات مدیریت روندی ظهور کرده که به طور علمی علاقمند است تا انگیزه‌های پنهان مسئولیت اجتماعی شرکت و پیامدهای آن را بر سودآوری شرکت و سرمایه‌گذاری در بازار مورد توجه قرار دهد (براگدون و مارلین، ۱۹۷۲). تانگ و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند رابطه بین مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در دهه‌های گذشته بسیار مورد بررسی قرار گرفته است، اما نتایج یکسانی به دست نیامده است. با توجه به پیچیده و بحث‌برانگیز بودن این رابطه، احساس می‌شود هنوز باب برای تحقیقات بیشتر در این زمینه باز است. البته لازم به ذکر است که اکثر پژوهش‌ها به رابطه بین این دو متغیر یا تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت توجه کرده‌اند و کمتر تأثیر عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی مورد کنکاش قرار داده‌اند. با توجه به این دیدگاه، همیشه بحث متقابل آن نیز مطرح بوده که آیا عملکرد مالی بهتر می‌تواند منجر به بهبود روابط شرکت با ذینفعان بیرونی آن گردد؟ علاوه بر سوال فوق محققان به دنبال پاسخگویی به سوالات زیر نیز هستند. سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی به طور غیرمستقیم چه تأثیری بر مسئولیت اجتماعی شرکت‌های گردشگری خواهد داشت؟ نوآوری در ارائه خدمت و بازسازی استراتژیک به عنوان متغیرهای تعدیلگر چه تأثیری در روابط فوق دارند؟

چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، مدت زیادی است که مورد توجه بخش آکادمیک، پژوهشگران، شرکت‌های غیردولتی و دولت قرار گرفته است و به عنوان یکی از ابعاد مهم فعالیت‌های عملیاتی شرکت‌ها پدیدار شده است (ویلانوا و همکاران، ۲۰۰۹). افزایش جهانی شدن، بالا رفتن نقش استراتژیک روابط ذینفعان و رشد مدیریت تصویر (برند) شرکت، سه عامل کلیدی و محرک اصلی در افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است (عظیم و همکاران، ۲۰۰۹). احمدی و عسکری ده‌آبادی (۱۳۹۳) معتقدند ادبیات غنی در مورد مسئولیت اجتماعی بیان می‌کند که شرکت‌ها به سه دلیل باید مراقب مسئولیت اجتماعی باشند: ۱- دلیل عملگرا: سازمان هنگام تصمیم‌گیری باید ذینفعان متعدد سازمان را مد نظر قرار داده و ریسک متوجه جامعه را کاهش دهد. ۲- دلیل اخلاقی: کسب و کارها به عنوان جزئی از جامعه، دارای یک مسئولیت برای رفتار به شیوه اخلاقی هستند. ۳- دلیل استراتژیک: هر کسب و کار نیاز به جامعه سالم دارد، زیرا یک جامعه سالم می‌تواند نیروی کار بهره‌ور در اختیار سازمان قرار دهد، بنابراین شرکت‌ها باید با تحلیل اثرات اجتماعی در زنجیره ارزش خود، آسیب‌های ناشی از عدم جامعه سالم را کاهش دهند.

نوریانی و همکاران (۲۰۱۸) به این نتیجه رسیدند که سرمایه انسانی بر عملکرد مالی معنادار نیست، اما پوروطن (۱۳۹۶) نشان داد که ضریب کارایی سرمایه انسانی بر شاخص‌های مالی مثبت و معنی‌دار است. به زعم وی شرکت‌هایی که سرمایه انسانی بهتری دارند عملکرد مالی بالاتری نیز دارا هستند. زقال و مالول (۲۰۱۰)، ماریموتو^۲ و همکاران (۲۰۰۹)، تن و

¹ Vilanova

² Marimuthu

همکاران (۲۰۰۷) و افجه و قادرپور (۱۳۸۹) نتیجه‌گیری کردند که سرمایه فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و مشتری) و عملکرد مالی شرکت به صورت مثبت به هم مرتبط هستند. لاری دشت بیاض و همکاران (۱۳۹۶) در تجزیه و تحلیل آماری خود نتیجه‌گیری کردند که سرمایه انسانی استراتژیک با بهبود عملکرد مالی در صنعت بانکداری رابطه دارد. با توجه به موارد فوق فرضیه اول به شرح زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۱: سرمایه انسانی بر عملکرد مالی تاثیر دارد.

متغیر عملکرد مالی به مجموعه فعالیت‌هایی که منجر به ارتقاء عملکرد مالی سازمان می‌شود اشاره دارد. عوامل متعددی می‌توانند در عملکرد مالی موثر باشند. به عبارت دیگر، عملکرد مالی نماینگر آن است که یک سازمان تا چه میزان به اهداف مالی خود رسیده است و تا چه حد می‌تواند پاسخگوی سهامداران خود باشد (افلاطونیان، ۱۳۹۳). قرانقله (و همکاران ۲۰۱۴) برای سنجش عملکرد مالی شرکت شش آیتیم طراحی نموده‌اند. این آیتیم‌ها شامل سهم بازار، بازگشت سرمایه، رشد سهم بازار، رشد در بازگشت سرمایه، حاشیه سود فروش و جایگاه کلی رقابت است. نوریانی و همکاران (۲۰۱۸)، اُمهانی (۲۰۱۳) و دهقانی اشکذری و همکاران (۱۳۹۶) نتیجه‌گیری کردند که سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی تاثیرگذار است. دای و همکاران (۲۰۱۵) سرمایه اجتماعی را به سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی تقسیم‌بندی نموده و تاثیر آن را بر عملکرد مالی مورد سنجش قرار دادند. نتایج آنان نشان داد که سرمایه اجتماعی بیرونی بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معناداری دارد، اما این تاثیر در مورد سرمایه اجتماعی درونی به دست نیامد. سی پتا و همکاران (۲۰۱۳) در صنعت بانکداری نشان دادند که افشای اطلاعات مسئولیت اجتماعی شرکت بر تمام متغیرهای اندازه‌گیری عملکرد مالی، یعنی بازگشت دارایی، بازده حقوق صاحبان سهام و بازده فروش تاثیر گذار است. در مجموع می‌توان گفت ارتباط گسترده با شرکاء خارجی و یا ذینفعان بیرونی منعکس کننده مشروعیت شرکت‌های خدماتی مسافرتی و جهانگردی است. این امر می‌تواند به عنوان یک دارایی نامشهود منجر به کسب دارایی‌های مشهود (عملکرد مالی) شود:

فرضیه ۲: سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی تاثیر دارد.

به اعتقاد بوردیو، سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌ای از روابط، یک ودیعه طبیعی یا یک ودیعه اجتماعی نیست، بلکه چیزی است که برای کسب آن باید تلاش کرد. به تعبیر بوردیو، سرمایه اجتماعی محصول نوعی سرمایه‌گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناآگاهانه است که به دنبال تثبیت و باز تولید روابطی است که مستقیماً در کوتاه‌مدت یا بلندمدت قابل استفاده هستند (بوردیو، ۱۳۸۴: ۲۵۱). نوریانی و همکاران (۲۰۱۸)، تانگ‌پورن پایبون و پوتاناپونگ (۲۰۱۶)۳، مارگولیز و والش (۲۰۰۳)۴، اریلتزکی و همکاران (۲۰۰۳) وانگر (۲۰۰۱) نشان دادند که عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر گذار است. با توجه به تحقیقات پیشین محققان معتقدند که عملکرد مالی خوب و داشتن تمکن مالی می‌تواند شرکت را ترغیب نماید تا فراتر از الزامات قانونی خود حرکت کند و به ذینفعان و گروه‌های اجتماعی توجه بیشتری نماید:

فرضیه ۳: عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر دارد.

1 Qmlfe.

2 Omahoni

3 Tangpornpaiboon & Puttanapong

4 Margolis & Walsh

5 Orlitzky

دای و همکاران (۲۰۱۵) اثر متغیر تعدیلگر نوآوری در خدمت و بازسازی استراتژیک را در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی مورد بررسی قرار دادند. به زعم آنان نوآوری در خدمت رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی را ارتقاء می‌دهد، اما در مورد بازسازی استراتژیک این تاثیرگذاری مشخص نگردید:

فرضیه ۴: نوآوری در خدمت رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند.

در محیط‌های به سرعت در حال تغییر، حفظ یک مزیت رقابتی درازمدت چالش عمده‌ای است (آیزنهاردت و مارتین، ۲۰۰۰). در چنین محیطی سازمان‌ها می‌توانند از طریق نوآوری و کارآفرینی مزایای کوتاه‌مدت و منحصربه‌فرد کسب کنند، همچنین آنان می‌توانند این مزایای کوتاه‌مدت را در یک مزیت رقابتی بلندمدت ترکیب نمایند. نوآوری یکی از فعالیت‌های اصلی کارآفرینی است. شومپتر (۱۹۳۴) نوآوری را به عنوان کاربرد ترکیب جدید در تولید تعریف می‌کند که منجر به محصول جدید، فرآیندهای تولید و سیستم سازمانی می‌شود (چن، ۲۰۱۱). سن‌فورد (۲۰۰۷) نوآوری را به عنوان یک استراتژی جدید معرفی می‌کند.

فرضیه ۵: بازسازی استراتژیک رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند.

سرور و همکاران (۲۰۱۶) در مقاله‌ای خود به این نتیجه رسیدند که نوآوری در رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد سازمانی نقشی میانجی ایفا می‌کند. اما در مورد نقش متغیر تعدیلگر نوآوری و بازسازی استراتژیک در رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی شرکت پژوهشی در دست نیست. با توجه به اهمیت و نقش متغیرهای تعدیلگر محققان معتقدند که نوآوری در خدمت و بازسازی استراتژیک می‌تواند در رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی و تاثیرگذار باشد، بنابراین فرضیه‌های زیر ارائه می‌گردد:

فرضیه ۶: نوآوری در خدمت رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند.

آدام و یورکوهارت (۲۰۰۳) سرمایه انسانی را تجمعی از دانش و مهارت، توانایی‌ها و ویژگی‌های کارکنان و مدیران یک سازمان می‌دانند که برای یک سازمان می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد نماید (آدام و آرکورات، ۲۰۰۹). ساختن سرمایه انسانی به جذب، حفظ افراد و همچنین اداره کردن موثر آنان نیاز دارد. میهالیک و رودز (۲۰۰۷) استدلال می‌کنند که افراد، سرمایه را از طریق شایستگی (مهارت‌ها و توانایی)، نگرش نسبت به کار و چابکی فکری خود (نوآور و پذیرای تغییرات بودن) تولید می‌کنند. به زعم لوکاس (۱۹۸۸) سرمایه انسانی، دانشی است که از فرایند یادگیری منتج می‌گردد. به عقیده چن (۲۰۰۵) سرمایه انسانی نمایانگر دانش ضمنی موجود در ذهن و افکار کارکنان و منبع اساسی نوآوری و بازآفرینی یک سازمان است و بصورت ترکیبی از شایستگی‌ها، طرز تلقی‌ها و خلاقیت کارکنان تعریف می‌شود. بطور اخص، سرمایه انسانی بیانگر ذخیره دانش در قابلیت جمعی شرکت برای استخراج بهترین راه حل‌ها از درون اذهان و داشته‌های تک‌تک کارکنان است (بونتیس، ۲۰۰۳: ۴۱-۶۰). داونپورت و پروساک (۱۹۹۸) می‌گویند سرمایه انسانی، شامل منابع ناملموسی چون توانایی‌ها، تلاش‌ها و زمان مختص کار و فعالیت است. هالت و همکاران (۲۰۰۵) نوآوری را پذیرش یک ابزار، سیستم،

1 Sanford

2 Adam & Urquart

3 Adam and Urquart

4 Mihalic and Rudez

5. Lucas

6. Chen

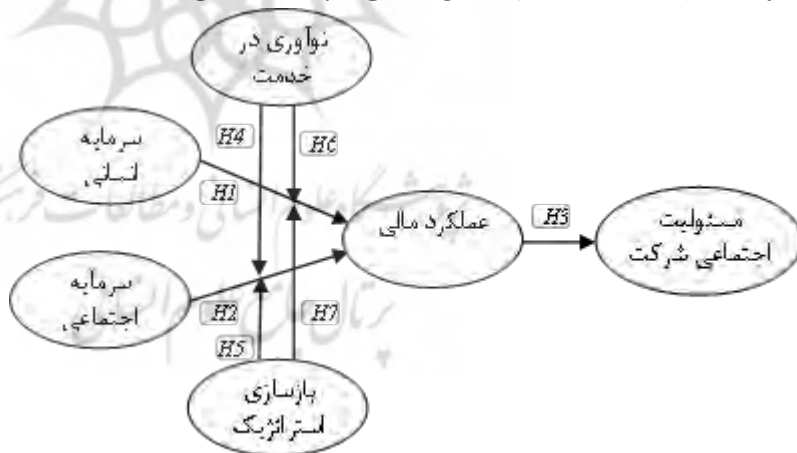
7 Bontis

8. Davenport, T.H and Prusak, L

9 Hult

سیاست، برنامه، فرایند، محصول یا خدمت جدید می‌دانند که می‌تواند از داخل سازمان ایجاد گردد یا از بیرون خریداری شود، به شرطی که برای سازمان جدید باشد. در تعریفی دیگر، نوآوری شامل علاقه به ایده‌ها، تجربیات جدید و فرایندهای خلاقانه است که ممکن است نتیجه آن توسعه و ایجاد محصول، خدمات یا تکنولوژی جدید باشد (بنیتو، ۲۰۰۳). نوآوری در خدمات برای سازمان‌ها و شرکت‌های خدماتی می‌تواند بسیار حیاتی باشد. نوآوری در خدمات به آنان اجازه می‌دهد تا کیفیت خدمات و بهره‌وری عملیاتی را افزایش دهند، هزینه‌های کلی را کاهش دهند، نیازهای سریع مشتریان را برآورده سازند و خودشان را از رقبا متمایز سازند (چن، ۲۰۱۱، کومار و همکاران، ۲۰۰۸).

فرضیه ۷: بازسازی استراتژیک رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند. بازسازی استراتژیک شامل تغییرات قابل توجه در استراتژی یا ساختار کسب و کار یک سازمان یا شرکت است (شارما و کریسمن، ۱۹۹۹). از طریق فرایند بازسازی استراتژیک ایده‌های کلیدی در مورد توسعه و رشد شرکت تغییر و به روز می‌شود. بازسازی استراتژیک به تغییر و بازسازی در پست‌های سازمانی، ساختار سازمانی، استراتژی‌های کسب و کار و بازارهای هدف جهت دستیابی به اهداف استراتژیک اشاره دارد (دای، ۲۰۱۵). تجدید استراتژیک در بخش خدمات به طور عمده شامل تغییر در استراتژی کسب و کار از قبیل تغییر از رهبری در هزینه به یک استراتژی تمایز، یا خدمات به بازارهای پایین تر (ارائه محصولات و خدمات با قیمت پایین برای مشتریانی است که مایل یا قادر به صرف زیادی پول نیستند) به خدمات به بازارهای بالاتر (ارائه محصولات باکیفیت و دارای قیمت بالا در بازار) است (وربک و همکاران، ۲۰۰۷). چنین عملیاتی برای تطبیق عملیات شرکت با تغییرات سریع خواسته‌های بازار ضروری است. با توجه به فرضیه‌های بالا مدل تحقیق به شرح نمودار ۱ ارائه می‌گردد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (منبع: مطالعه حاضر)

روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی؛ ماهیت آزمون فرضیه، محیط انجام پژوهش میدانی، استراتژی همبستگی، واحد تجزیه و تحلیل فرد و در نهایت از نظر افق زمانی، مقطعی است. جامعه آماری پژوهش مدیران و کارشناسان شرکت‌های

1 Benito
2 Sharma and Chrisman
3 Verbeke

گردشگری شهر تهران است. با استفاده از فرمول کوکران، ۱۵۰ نفر از اعضای جامعه آماری به طور تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. در این پرسشنامه‌ها از پاسخگویان خواسته شد بر اساس طیف لیکرت به سوالات پاسخ دهند. برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه پیکه و همکاران (۲۰۰۲)، سرمایه اجتماعی از پرسشنامه ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)، عملکرد مالی پرسشنامه قرانفله و همکاران (۲۰۱۴)، مسئولیت اجتماعی شرکت پرسشنامه کیم و همکاران (۲۰۱۰)، نوآوری در خدمت و پرسشنامه و بازسازی استراتژیک از پرسشنامه هوی و همکاران (۲۰۰۹) استفاده شد.

برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها، از روایی صوری، روایی همگرا و واگرا استفاده شده است. جهت تعیین روایی صوری، اساتید و متخصصان فن، پرسشنامه را بررسی و با تغییراتی جزئی آن را تایید کردند. برای تعیین روایی همگرا، از چهار شرط هیر و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شده است که در ادامه‌ی بحث، به تفصیل در مورد آن بحث خواهد شد. جهت تعیین روایی واگرا، از آزمون فورنل و لارکر استفاده گردید. نتایج حاصل از این آزمون در جدول شماره ۳ قابل مشاهده است. برای سنجش پایایی ابزار سنجش، از پایایی آلفای کرونباخ، ترکیبی و اشتراکی استفاده شده است. نتایج حاصل در جدول شماره ۱ آورده شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

قبل از این که داده‌ها وارد نرم‌افزار شوند، عملیات پیش‌پردازش داده‌ها انجام شد. داده‌های پرت و گم‌شده شناسایی شدند و مدیریت لازم بر آنان اعمال گردید. کیس‌های بی‌تفاوت حذف شدند. به منظور بررسی و آزمون فرضیات پژوهش از رویکرد مدل معادلات ساختاری در قالب نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس استفاده شده است. از نظر کلین (۲۰۱۲) این نرم‌افزار برای اجرای مدل‌هایی که دارای متغیر تعدیلگر هستند مناسب است. با توجه به وجود دو متغیر تعدیلگر نوآوری در خدمت و بازسازی استراتژیک پژوهشگر جهت تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از این نرم‌افزار استفاده نموده است. در این نرم‌افزار، به منظور بررسی مدل پژوهش و آزمون فرضیات از برازش مدل‌های اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی و آزمون‌های آنان استفاده می‌شود (ریگدان و همکاران، ۲۰۱۳).

لازم به ذکر است از اعضای نمونه آماری، ۱۰۲ نفر دارای جنسیت مرد و ۴۸ نفر زن هستند. از نظر تحصیلات، ۵ نفر دارای مدرک فوق‌دیپلم و پایین‌تر، ۱۰۳ نفر لیسانس و ۴۲ نفر دارای مدرک فوق‌لیسانس و بالاتر هستند.

برازش مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی)

مدل اندازه‌گیری مدلی است که رابطه بین سنجه‌ها (سوالات) و متغیرها را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این مرحله ابتدا آزمون همگن بودن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

آزمون همگن بودن: در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس اولین قدم در آرایه مدل اندازه‌گیری، آرایه آزمون همگن بودن است. این آزمون بیانگر تک‌بعدی بودن سوالات است. به بیان دیگر این آزمون بیان می‌کند که شاخص‌ها یا گویه‌های (سوالات) هر متغیر که دارای پرسشنامه انعکاسی است باید با هم همبستگی کامل داشته باشند. برای آزمون همگن بودن، باید به جدول بارهای عاملی مراجعه نمود و بارهای عاملی کمتر از ۰/۷ را حذف کرد (هیر و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین، هفت سوال h5c،

1 Smart PLS

2 Kline

3 Rigdon

sc7، sc3، sc4، sc10، sc11 و sc2 با بارهای عاملی به ترتیب ۰/۶۵۲، ۰/۵۰۰، ۰/۵۷۶، ۰/۵۲۸، ۰/۵۳۸ و ۰/۵۸۵ و ۰/۴۱۳ از مدل حذف شدند (در این جا یک استثنا وجود دارد که در بحث بعدی به آن اشاره خواهد شد).
 آزمون پایایی: برای به دست آوردن پایایی، سه آزمون آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی مورد بررسی قرار گرفته است. آلفای کرونباخ، همبستگی بیرونی سوالات (خارج از مدل) و پایایی ترکیبی، همبستگی درونی سوالات (درون مدل) را مورد بررسی قرار می دهد. ملاک مناسب برای آلفای کرونباخ، حداقل ۰/۷ (نونالی، ۱۹۷۸) و پایایی ترکیبی برای مدل های در مرحله بلوغ، بالاتر از ۰/۷ است. پایایی اشتراکی بیان می کند که یک سوال، بدون در نظر گرفتن همبستگی آن با مابقی شاخص های (سوالات) یک متغیر، خودش به تنهایی چقدر تعمیم پذیری دارد. به عبارت دیگر، یک سوال دارای پایایی اشتراکی، می بایست در مدل های متفاوت، اعداد نزدیک به هم ارائه نماید. این شاخص همواره باید بزرگ تر از ۰/۵ باشد (هیر و همکاران، ۲۰۱۱). همان گونه که در جدول شماره ۱ مشاهده می کنید، مدل از پایایی مناسب برخوردار است.
 آزمون روایی: روایی شامل روایی همگرا و روایی واگرا است. روایی همگرا بیان می کند که سوالات هر یک از ابعاد پرسشنامه، چقدر با یکدیگر همبستگی دارند. در روایی همگرا می بایست چهار شرط رعایت شود:
 بارهای عاملی، معنادار باشند (خارج از بازه ۱/۹۶، -۱/۹۶).
 بارهای عاملی بالای ۰/۷ باشند (در این جا یک استثنا وجود دارد).
 میانگین واریانس استخراجی بزرگ تر از ۰/۵ باشد ($AVE > 0.5$).
 پایایی ترکیبی از میانگین واریانس استخراجی بزرگ تر باشد ($CR > AVE$) (هیر و همکاران، ۲۰۱۱).
 همان گونه که در جدول ۲ مشاهده می کنید، هر چهار شرط رعایت شده و مدل از روایی همگرای مناسب برخوردار است. البته در مورد شرط دوم، یعنی بارهای عاملی بالای ۰/۷ یک استثنا وجود دارد. اگر بارعاملی سوالی نزدیک به ۰/۷ باشد و توسط سوال های دیگر همان متغیر پوشش داده شود و بر روایی و پایایی تأثیری نداشته باشد، در مدل باقی خواهد ماند. روایی واگرا بیان می کند که سوالات یک بعد باید از ابعاد دیگر متمایز بوده و با یکدیگر اختلاف یا واگرایی داشته باشند. برای روایی واگرا، در مدل اندازه گیری انعکاسی، از آزمون فورنل و لارکر استفاده شده است. برای اندازه گیری این آزمون به دو خروجی جدول نیاز است. یکی میانگین واریانس استخراجی، و دیگری همبستگی متغیرهای پنهان ۵ در این آزمون باید جذر میانگین واریانس استخراجی، از همبستگی تک تک متغیرها بیش تر باشد. همان گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می کنید، مدل اندازه گیری، این آزمون را با موفقیت طی کرده است.

جدول شماره ۱: مشخصات اعتبارسنجی سازه ها

سوال	مولفه	بار عاملی	معناداری	آلفای کرونباخ	CR	Community AVE	AVE
Hc1	سرمایه	۰/۶۸۷	۱۲/۲۱۸	۰/۸۵۵	۰/۸۹۹	۰/۵۰۱	۰/۵۰۱
Hc2	انسانی	۰/۷۰۱	۱۴/۶۳۰				

1Nunally

2Hair

3Average Variance Extracted

4Composite Reliability

5Latent Variable Correlations

سوال	مولفه	بار عاملی	معناداری	آلفای کرونباخ	CR	Community	AVE
Hc3		۰/۷۰۱	۱۳/۹۳۰				
Hc4		۰/۷۰۸	۱۴/۳۲۷				
Hc6		۰/۷۳۱	۱۷/۹۶۲				
Hc8		۰/۶۹۰	۱۵/۲۳۱				
Hc9		۰/۷۴۱	۱۹/۰۲۹				
Hc10		۰/۶۷۹	۱۲/۶۸۸				
Sc1	سرمایه	۰/۶۹۲	۱۱/۱۲۳	۰/۷۷۶	۰/۹۰۱	۰/۵۰۴	۰/۵۰۴
Sc2	اجتماعی	۰/۷۵۰	۱۸/۶۱۹				
Sc5		۰/۶۶۴	۱۲/۸۵۹				
Sc6		۰/۷۱۱	۱۶/۵۳۹				
Sc7		۰/۷۵۷	۲۰/۶۶۴				
Sc8		۰/۶۹۵	۱۲/۲۱۱				
Sc9		۰/۶۷۱	۱۴/۷۱۵				
Sc12		۰/۷۹۵	۲۸/۴۷۴				
Sc13		۰/۷۰۰	۱۱/۰۲۰				
Fp1	عملکرد	۰/۸۰۷	۲۵/۱۴۰	۰/۸۷۸	۰/۹۰۸	۰/۶۲۲	۰/۶۲۲
Fp2	مالی	۰/۸۲۱	۱۸/۱۴۷				
Fp3		۰/۸۰۶	۱۹/۶۳۲				
Fp4		۰/۷۹۴	۲۱/۱۹۸				
Fp5		۰/۷۶۱	۲۰/۴۲۷				
Fp6		۰/۷۳۹	۱۷/۴۵۸				
Scr1	مسئولیت	۰/۸۰۶	۲۰/۷۹۳	۰/۷۳۹	۰/۸۳۳	۰/۵۵۷	۰/۵۵۷
Scr3	اجتماعی	۰/۸۰۳	۲۰/۶۶۹				
Scr4	شرکت	۰/۶۴۸	۸/۱۹۱				
Scr5		۰/۷۱۶	۱۲/۵۴۵				

(منبع: مطالعه حاضر)

برازش مدل ساختاری (مدل درونی)

با توجه به طی موفقیت‌آمیز تمامی آزمون‌ها در مدل اندازه‌گیری، به سراغ بررسی فرضیه‌های پژوهش در قالب مدل ساختاری می‌رویم. مدل ساختاری، مدلی است که رابطه بین متغیرهای مکنون (پنهان) را مورد بررسی قرار می‌دهد. در بررسی برازش مدل ساختاری، مقادیر t ، معیار R^2 ، معیار اندازه اثر (f^2) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

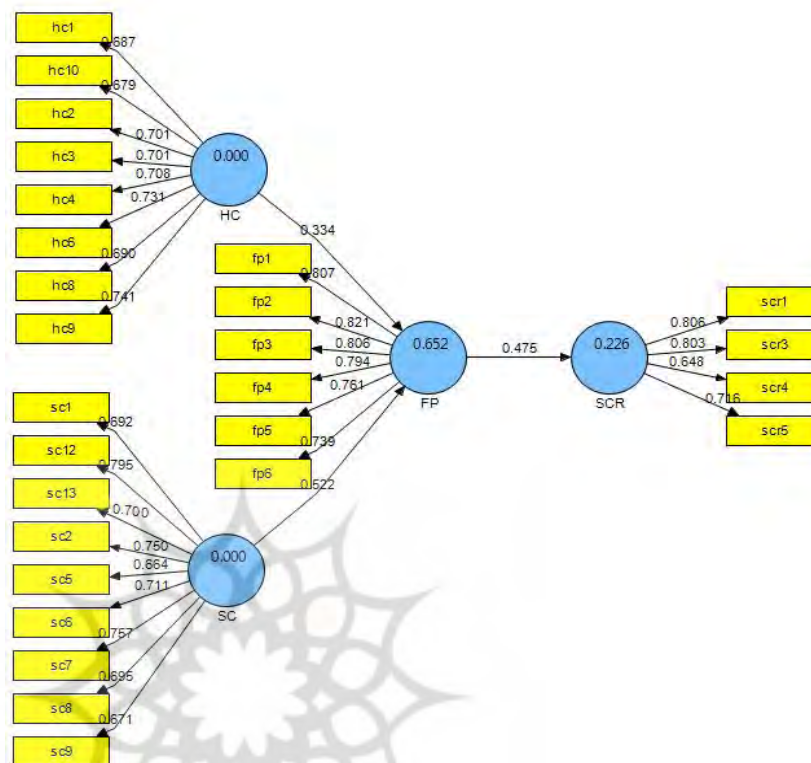
جدول شماره ۲: نتایج حاصل از آزمون فورنل و لارکر

متغیر	عملکرد مالی	سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	مسئولیت اجتماعی شرکت
عملکرد مالی	۰/۷۸۸			
سرمایه انسانی	۰/۷۳۴	۰/۷۷۶		
سرمایه اجتماعی	۰/۷۷۸	۰/۷۶۷	۰/۷۹۱	
مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۴۷۵	۰/۴۵۸	۰/۴۲۴	۰/۷۴۶

توجه: قطر ماتریس، مجذور میانگین واریانس استخراج شده برای هر سازه است.

(منبع: مطالعه حاضر)

آزمون معناداری: اگر مقادیر t خارج از بازه $۱/۱،۹۶/۹۶ -$ باشد، با سطح اطمینان $۰/۹۵$ و اگر بین $۲/۵۷، ۲/۵۷ -$ باشد با سطح اطمینان $۰/۹۹$ می‌توان گفت روابط بین سازه‌های مدل معنادار است و فرضیه‌ها تایید می‌شوند. جدول شماره ۳ بیانگر معناداری روابط و در نتیجه تایید فرضیه‌های پژوهش است.



شکل ۲: مدل با بارهای عاملی در حالت تخمین ضرایب استاندارد
(منبع: مطالعه حاضر)

مقدار R^2 : مقدار R^2 برای متغیرهای نهفته یا پنهان، درون‌زا محاسبه می‌شود. این آزمون نشان می‌دهد متغیرهای برون‌زا روی هم‌رفته چقدر از رفتار متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کنند. چین (۲۰۱۰) می‌گوید اگر مقدار R^2 کم‌تر از ۰/۱۹ باشد این پیش‌بینی ضعیف است. اگر بیش‌تر از ۰/۳۳ باشد این پیش‌بینی متوسط، و در نهایت اگر بالای ۰/۶۷ باشد، پیش‌بینی قوی خواهد بود. این مقدار برای هر یک از متغیرهای پنهان درون‌زا به شرح جدول شماره ۴ است.

جدول شماره ۳: ضرایب مسیر و معناداری فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	ضرایب مسیر	معناداری	وضعیت فرضیه	سطح پذیرش
سرمایه انسانی بر عملکرد مالی	۰/۳۳۴	۳/۴۷۳	قبول	۰/۹۹
سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی	۰/۵۲۲	۵/۶۳۷	قبول	۰/۹۹
عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت	۰/۴۷۵	۸/۴۵۹	قبول	۰/۹۹

(منبع: مطالعه حاضر)

آزمون اندازه اثر (f^2): این آزمون بیان می‌کند هر یک از متغیرهای برون‌زا به تنهایی چقدر از رفتار متغیر درون‌زا را تبیین می‌کنند تا سرمایه و منابع بیش‌تر به آن سمت گسیل داده شوند.

جدول شماره ۴: مقدار R^2 متغیرهای برون‌زای پژوهش

متغیر	عملکرد مالی	مسئولیت شرکت	اجتماعی
R^2	۰/۶۵۲	۰/۲۲۶	

(منبع: مطالعه حاضر)

برای به دست آوردن اثر یک متغیر برون‌زا بر درون‌زا روش کار به این صورت است که یک‌بار مدل را با تمام متغیرهای برون‌زا (مشمول) و یک‌بار مدل را بدون متغیر برون‌زای مورد نظر (غیرمشمول) اجرا می‌کنیم و ضرایب تعیین به‌دست‌آمده را در فرمول زیر قرار می‌دهیم:

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ مشمول} - R^2 \text{ غیر مشمول}}{1 - R^2 \text{ مشمول}}$$

مقدار اثر به‌دست‌آمده برای هر یک از متغیرهای پژوهش، نشان می‌دهد که سرمایه انسانی با مقدار اثر ۰/۳۷ دارای بیش‌ترین تاثیر بر عملکرد مالی است. تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با مقدار اثر ۰/۲۱۴ نیز قابل توجه است. در نهایت عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت با مقدار تاثیر ۰/۱۵ دارای کمترین مقدار تاثیر است.

آزمون کیفیت مدل

این آزمون شامل آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری، آزمون کیفیت مدل ساختاری و آزمون کیفیت کلی مدل است. آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری به این معنا است که شاخص یا سوالات، در قالب یک مدل اندازه‌گیری، با کیفیت مناسبی یا به شکل مناسبی توانسته‌اند متغیرهای متناظر خود را در مدل، اندازه‌گیری کنند. کیفیت مدل ساختاری یعنی این که کیفیت تبیین واریانس متغیرهای درون‌زا در یک مدل ساختاری چقدر است. برای کیفیت مدل اندازه‌گیری و ساختاری به ترتیب به شاخص روایی متقاطع شاخص اشتراکی (و روایی متقاطع شاخص افزونگی آبیاز است. چین (۲۰۱۰) می‌گویند در مدل‌های کیفیت، اگر مقدار شاخص‌های به‌دست‌آمده ۰/۰۲ باشد کیفیت ضعیف، ۰/۱۵ کیفیت متوسط و در نهایت، ۰/۳۵ نمایانگر کیفیت قوی خواهد بود. با توجه به جدول شماره ۵ می‌توان گفت متغیرهای درون‌زا در هر دو مدل اندازه‌گیری و ساختاری، از کیفیت متوسط تا قوی برخوردارند.

1 CV COM

2 CV Red

جدول شماره ۵: نتایج حاصل از کیفیت آزمون اندازه گیری و ساختاری

متغیر	عملکرد مالی	سرمایه انسانی	سرمایه اجتماعی	مسئولیت اجتماعی شرکت
CV Red	۰/۳۸۴	۰/۳۵۱	۰/۳۸۰	۰/۲۱۵
CV Com	۰/۴۶۲	۰/۳۵۱	۰/۳۸۰	۰/۲۷۱

(منبع: مطالعه حاضر)

حکم نهایی در مورد کیفیت کلی مدل معادلات ساختاری، در آخرین آزمون، یعنی GFO نهفته است. برای رسیدن به این امر، میانگین پایایی اشتراکی در میانگین ضریب تعیین ضرب می‌شود و سپس از آن‌ها جذر می‌گیریم. با توجه به مقدار ۰/۴۸۹ می‌توان گفت مدل کلی از کیفیت بالا و قوی برخوردار است. برای به دست آوردن تأثیر متغیرهای تعدیلگر وارد نرم‌افزار می‌شود. ابتدا سوال in1 و in2 به دلیل بار عاملی پایین (۰/۵۱۴، ۰/۴۵۸ و ۰/۵۷۸) حذف گردید، سپس نسبت به ایجاد متغیر تعدیلگر اقدام شد. می‌توان گفت یک متغیر تعدیلگر در صورتی رابطه‌ی بین دو متغیر مستقل و وابسته را تعدیل می‌کند که حاصل ضرب ماتریس‌های دو متغیر تعدیلگر و مستقل بر متغیر وابسته معنادار باشد. در جدول شماره ۶ می‌توان ضرایب مسیر و معناداری فرضیه‌های مرتبط با متغیرهای تعدیلگر مشاهده نمود.

جدول شماره ۶: ضرایب مسیر و معناداری فرضیه‌های مرتبط با متغیرهای تعدیلگر

فرضیه	ضرایب مسیر	معناداری	وضعیت فرضیه	سطح پذیرش
اثر بازسازی استراتژیک در رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی	۰/۲۵۱	۳/۰۱	قبول	۰/۹۹
اثر نوآوری در رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی	۰/۱۹۵	۲/۵۲	قبول	۰/۹۵
اثر بازسازی استراتژیک در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی	۰/۱۴۳	۲/۰۳	قبول	۰/۹۵
اثر نوآوری در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی	۰/۲۲۳	۲/۷۵	قبول	۰/۹۹

(منبع: مطالعه حاضر)

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری نشان داد که سرمایه انسانی بر عملکرد مالی تأثیر دارد. این امر با تحقیقات پوروطن (۱۳۹۶)، زقال و مالول (۲۰۱۰)، ماریموتو و همکاران (۲۰۰۹)، تن و همکاران (۲۰۰۷)، افجه و قادرپور (۱۳۸۹) و لاری دشت بیاض و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد، اما با تحقیق نوریانی و همکاران (۲۰۱۸) متفاوت است. همچنین نتایج حاصل از آزمون f یا ضریب تأثیر ما نشان داد سرمایه انسانی با مقدار اثر ۰/۳۷ دارای بیشترین تأثیر بر عملکرد مالی است. می‌توان استدلال کرد که فرایند شناخت، درک و آگاهی نظام‌مند افراد سازمان درباره فرایندها، خدمات، مشتریان، رقبا و بازارهای هدف (دانش سازمانی)، مهارت و تخصص در شغل یا چگونگی انجام آن، دانش و شایستگی منحصر به فردی به

وجود می‌آورد که تنها از طریق اطلاعات ضمنی و پیچیده موجود در شرکت حاصل شده است. این دانش قابل کپی‌داری نبوده و در مقایسه با رقبا برای شرکت ارزش افزوده تولید می‌کند. یکی از جنبه‌های این ارزش افزوده تبلور آن در عملکرد مالی شرکت‌های فعال در حوزه گردشگری و جذب توریست است. بنابراین این شرکت‌ها با سرمایه‌گذاری بیشتر در سرمایه انسانی، نگهداشت آنان، جذب افراد متخصص و همچنین انتقال دانش و اطلاعات حرفه‌ای به نیروهای جدیدالورود، مشارکت آنان در فعالیتهای سازمانی و توانمندسازی آنان، می‌توانند بهره‌وری در کار را افزایش داده و به تبع آن عملکرد مالی شرکت را تحت تاثیر قرار دهند.

فرضیه دوم ما نشان داد که سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی شرکت‌های گردشگری شهر تهران تاثیر دارد. نتیجه این فرضیه با تحقیقات نوریانی و همکاران (۲۰۱۸)، دای و همکاران (۲۰۱۵)، آماهانی (۲۰۱۳)، سی پتا و همکاران (۲۰۱۳) و دهقانی اشکذری و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. همانگونه که آماهانی (۲۰۱۳) استدلال کرد سرمایه اجتماعی منجر به افزایش همکاری آنلاین با اعضای کانال ارتباطی در نتیجه افزایش سهم بازار خواهد شد. افزایش سرمایه اجتماعی بین سازمان و ذینفعان بیرونی موجب می‌شود افراد در مرادده با سازمان از سهولت، سادگی و انعطاف بسیار بالایی برخوردار شوند و فرایند ارتباطات تسهیل گردد. در سایه این روابط و همچنین تسهیم اطلاعات، اعتماد و چشم انداز مشترک سازمان با دیگر سازمان‌ها و شرکاء، سازمان نیز می‌تواند فعالیت بهتر و بیشتر و همچنین نتایج مطلوب‌تری به مشتریان خود ارائه کند. این روابط متقابل در نهایت منجر به کاهش هزینه مرادات برای هر دو طرف خواهد شد و ما شاهد یک بازی برد برد خواهیم بود. این امر می‌تواند منجر به افزایش شهرت و اعتبار و همچنین جذابیت برند کارفرما نزد مشتریان شود و در مقایسه با دیگر سازمان‌ها، قدرت رقابتی سازمان را افزایش دهد. مجموع این عوامل می‌تواند عملکرد مالی سازمان را بهبود بخشد.

در فرضیه سوم نتیجه‌گیری شد که عملکرد مالی بر مسئولیت اجتماعی شرکت تاثیر دارد. این امر با تحقیقات نوریانی و همکاران (۲۰۱۸)، تانگ پورن پایون و پوتاناپونگ (۲۰۱۶)، مارگولیز و والش (۲۰۰۳)، ارلیتزکی و همکاران (۲۰۰۳) و وانگر (۲۰۰۱) همخوانی دارد. با توجه به رشد سازمان‌ها مردم نهاد و افزایش آگاهی عمومی، افراد اجتماع به این نتیجه رسیده‌اند که اقدامات سازمان‌ها می‌تواند منافع و زیان‌هایی برای اجتماع به دنبال داشته باشد. بنابراین سازمان‌ها علاوه بر منافع مالی سهامداران، متعهد هستند که فراتر از الزامات قانونی خود و بر اساس اصول اخلاقی عمل نمایند. بنابراین داشتن تمکن مالی می‌تواند شرکت را در برآوردن منافع گروه‌های ذینفع حاکم در جامعه یاری رساند، زیرا بدون اعتبار مالی، مسئولیت‌ها، خصوصاً از نوع اجتماعی تبدیل به مسائل بی‌اهمیت خواهد شد. البته باید ذکر کرد هستند شرکت‌هایی که با داشتن تمکن مالی و سود بالا به محیط زیست و اجتماع آسیب می‌زنند و به مسئولیت اجتماعی خود عمل نمی‌کنند، اما باید در نظر داشت این امر در بلندمدت می‌تواند اثرات مخربی بر شرکت داشته باشد، به خاطر اینکه عدم رعایت مسئولیت اجتماعی با آبرو و شهرت سرو کار دارد و شرکت‌ها قبل از اینکه آبرویشان برود باید اینگونه مسائل را حل و فصل نمایند.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری نشان داد فعالیت‌های نوآورانه و بازسازی استراتژیک رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی را تقویت می‌کند، بنابراین فرضیه چهارم و پنجم ما تایید شد. در پژوهش دای و همکاران (۲۰۱۵) مشخص شد فعالیت‌های نوآورانه رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی را تعدیل می‌کند، اما در مورد بازسازی استراتژیک این اثر به دست نیامد. می‌توان گفت نوآوری هسته مرکزی فعالیت‌های کارآفرینانه است. خدمات نوآورانه به شرکت‌های گردشگری اجازه می‌دهد تا کیفیت خدمات خود را بهبود و کارایی عملیاتی خود را افزایش دهند، تا با تقاضاهای در حال تغییر سریع مشتریان هماهنگ شوند و در نهایت خود را از رقبا مجزا نمایند. به عبارت دیگر، پتانسیل سرمایه اجتماعی

نمی‌تواند بدون کاربرد خدمات نوآورانه کامل شود. با نوآوری در فعالیت‌ها و خدمات، این شرکت‌ها قادرند دارایی‌های خود را در سرمایه اجتماعی خارجی مانند درک متقابل و اعتماد تعبیه نمایند. با توجه به توسعه و رشد جهانگردی و همچنین ورود رقبای جدید با ایده‌های جدید و نو، نیاز مشتریان به خدمات جدید و نوین احساس می‌شود، بنابراین شرکت‌ها می‌توانند با ارائه بسته‌های جدیدی مانند افزایش در کیفیت خدمات، انجام پیشنهادهای جدیدی به فعالیت‌های قبلی، به خدمت‌گیری تکنولوژی‌های جدید در انجام عملیات و فعالیت‌ها، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، تعامل با رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های خارجی، مانور بر اکوتوریسم و جاذبه‌های گردشگری ایران با توجه به طبیعت چهار فصل سرزمین ایران، توسعه همکاری با نهادهای دولتی و متقاعد کردن آنان به ایجاد طرح‌های حمایتی مانند معافیت‌های مالیاتی، اتخاذ سیستم واحد در در تبلیغات و بازاریابی و ... خود را در ذهن و ادراک ذینفعان مشروع جلوه دهند. مجموع این عوامل، در نهایت می‌تواند رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد مالی را تسریع نمایند.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری نشان داد فعالیت‌های نوآورانه و بازسازی استراتژیک رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی را تقویت می‌کند، بنابراین فرضیه ششم و هفتم ما تایید شد. می‌توان استدلال کرد سرمایه انسانی توانایی نوآوری و تجدید ساختار استراتژی‌های سازمان را دارد. مهارت‌ها، دانش و شایستگی‌های اداری کارکنان، به شرکت‌های جهانگردی و توریستی کمک می‌کند تا خدماتی نوآورانه ایجاد کنند که منجر به افزایش بهره‌وری و عملکرد مالی سازمان گردد. همچنین تجدید استراتژیک و حرکت به سمت استراتژی تمایز، افزایش کیفیت خدمات در جهت ایجاد مشتریان وفادار نیازمند کارکنانی مجرب و آشنا به حوزه جهانگردی و صنعت توریسم است. با توجه به تحریم و تبلیغات سوء بر علیه کشور ما، می‌طلبید این شرکت‌ها با همکاری دولت و استفاده از کادر مجرب و آموزش دیده، پتانسیل‌های گردشگری خود و کشور را به گردشگردان معرفی نمایند.

با توجه به تبیین ۰/۶۲ (مقدار R2) تأثیر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی پیشنهاد می‌گردد شرکت‌های جهانگردی به این امر مهم توجه کافی نمایند. پژوهشگران نیز با توجه به ادبیات، در پژوهش‌های آینده خود می‌توانند متغیرهای دیگری مانند سرمایه مشتری، سرمایه ساختاری، تعهد سازمانی، تعهد حرفه‌ای و ... نیز وارد مدل نمایند تا مقدار بیشتری از عملکرد مالی تبیین گردد.

منابع و مآخذ

- احمدی، سیدعلی‌اکبر؛ عسکری ده‌آبادی، حمیدرضا (۱۳۹۳). مدیریت اخلاق کسب و کار، تهران: مهربان نشر.
ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی.
افجه، علی‌اکبر؛ قادرپور، هانا. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی سازمان. فصلنامه مدیریت دولتی. ۱(۳)، ۱۴۰-۱۱۳.
افلاطونیان، عباس (۱۳۹۳). تجزیه و تحلیل آماری با eviews در تحقیقات حسابداری و مدیریت مالی، تهران: ترمه.

- ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۸۰)، سرمایه اجتماعی و مدیریت شهری، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۷.
بورديو، پی‌یر (۱۳۸۴)، شکل‌های سرمایه اجتماعی، (ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان)، تهران: نشر شیرازه.
پوروطن، سجاد. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین سرمایه انسانی و عملکرد مالی، پنجمین کنفرانس بین‌المللی

- حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز، تهران: ۳۰ تیرماه.
- دهقانی اشکذری، محمدرضا؛ دهقان نیری، زهرا؛ صادقیان، ابوالفضل. (۱۳۹۶). تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد مالی با توجه به نقش متغیر تعدیلگر فعالیت‌های کارآفرینانه، کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی، کازرون
- شارع پور، محمود (۱۳۸۸)، فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن، تهران: انتشارات آگاه.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴)، پایان نظم سرمایه اجتماعی و حفظ آن، (ترجمه غلام عباس توسلی)، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.
- لاری دشت بیاض، محمود؛ حاجی‌زاده، فاطمه؛ علی صوفی؛ هاشم (۱۳۹۶). بررسی رابطه سرمایه انسانی استراتژیک با بهبود عملکرد مالی در صنعت بانکداری، فصلنامه پژوهش‌های پولی-بانکی. ۱۰ (۳۲)، ۲۴۷-۲۶۵.
- Adam.M.S, Urquart.C, (2009), No man is an Island: Social and human capital in IT capacity building in the Maldives, *Information and Organization*, V.19.
- Azim, M. I., Ahmed, S., & Islam, M. S. (2009). Corporate Social Reporting Practice: Evidence from
- Beneito, P., 2003. Choosing among alternative technological strategies: an empirical analysis of formal sources of innovation. *Res. Policy* 32, 693 –713.
- Bontis, N. (2001): Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3, No. 1, pp. 41-60.
- Bragdon JH Jr, Marlin JA. 1972. Is pollution profit table? *Risk Management* 19(4): 9–18.
- Chatterji, A., Levine, D. & Toffel, M. (2009). How Well Do Social Ratings Actual Measure Corporate Social Responsibility? *Journal of Economics & Management Strategy*, 18(1):125-169.
- Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. In V. E. Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler, H. & Wang (Eds.), *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications in marketing and related fields* (pp. 655 – 690). Berlin: Springer.
- Dai, Weiqi; Zhenxing, Mao; Xinyuan, Zhao; Anna; Mattila, (2014), How Does Social Capital influence The Hospitality ifrm’s ifinancial performance? The Moderating Role . . . Entrepreneurial activities, *International Journal of Hospitality Management*, 51 (2015) 42–55.
- Davenport, T.H. and Prusak, L. (1998): *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- Hair, J. F. & Ringle, M. & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–151.
- Hult, G. T. M., Ketchen, D. J. Jr., & Slater, S.F. (2005). Market orientation and performance: An integration of disparate approaches. *Strategic Management Journal*, 26 (12), 1173- 1181.
- Lucas, Robert E. “On the Mechanics of Economic Development” *Journal of Monetary Economics*, Vol.22, 1988

- Margolis, J. D., & Walsh, J. P. (2003). Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305.
- Marimuthu, M., Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). Human Capital Development and its Impact on Firm Performance: Evidence from Developmental Economics. *J. of International Social Research*, 2(8).
- Martins A, Reis F.L (2010),” The model of Intellectual capital approach on the human capital vision” *Journal of management research*, Vol.2, No.E10.
- Mazutis, D. (2014). Supererogation: beyond positive deviance and corporate social responsibility. *J Bus Ethics*, 119:517–528.
- Mihalic, T., Rudez, N.H., (2007), Intellectual Capital in the Hotel Industry: A case Study from Slovenia, *Hospitality Management*, V.26, 188-199.
- Ming-Chin Chen ,Shu-Ju Cheng , and Yuhchang Hwang (2005): An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms’ market value and financial performance, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6, No. 2, pp. 159-176
- O’Mahony, G.B., Sophonsiri, S., Turner, L.W. (2013). The impact of the antecedent’s of relationship development on Thai and Australian resort hotels guests. *Int. J.Hosp. Manag.* 34, 214–226.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- Rigdon, E. E. & Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2010). Structural modeling of heterogeneous data with partial least squares. In N. K. Malhotra (Ed.), *Review of marketing research*, Vol.7.
- Sabatini, F. (2008). "Does social capital improve labor productivity in Small and Medium Enterprises?". *International Journal of Management and Decision Making*, 9(5), 452-480.
- Sanford, B. (2007). Innovation, success and failure in public management research: Some methodological reflections. *Public Management Review*, 3(1), 3-17.
- Sarwar, H., Khan, B., Nadeem, Kashif., Aftab, J. (2016). Human Capital, HRM Practices and Organizational Performance in Pakistani Construction Organizations: The Mediating Role of Innovation. *Archives of Business Research*, 4(6), 72-82.
- Sharma, P., Chrisman, S.J.J., (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrep. Theory Pract.* 23, 11–27.
- Soliman, F., Spooner, K. (2000), "Strategies for implementing knowledge management: role of human resources management", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 4 No.4, pp.337-45.
- Tang, Z., Hull, C. E., & Rothenberg, S. (2011). How corporate social responsibility engagement strategy moderates the CSR financial performance relationship. *Journal of Management Studies*, 49(7), 1274-1303.
- Tangpornpaiboon, S., & Puttanapong, N. (2016). Financial contagion of the global financial crisis from the US to other developed countries. *Journal of Administrative and Business Studies*, 2(1), 48-55.
- Thylefors, B. (2004). Eliminating on chocerciasis as a public health problem. *Tropical Medicine and International Health*, 9(1),A1–A3.

- Tymon, W. G., & Stumpf, S. A. (2003), Social Capital in the Success of Knowledge Worker: Career Development International. 12-20.
- Verbeke, A., Chrisman, J.J., Yuan, W., (2007). A note on strategic renewal and corporate venturing in the subsidiaries of multinational enterprises. *Entrep. Theory Pract.* 31, 585–600.
- Vilanova, M., Lozano, M. J., Arenas, D. (2009). Exploring the Nature of the Relationship between CSR and Competitiveness. *Journal of Business Ethics*, 87, 57–69.
- Wagner, M. (2001). Integration of environmental management with other managerial functions of the firm: Empirical effects on drivers of economic performance. *Long Range Planning*, 40(6), 611-628

