

تعیین عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی

حسین ترابی^۱، فریدون آزما^{۲*}، پرویز سعیدی^۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۸/۲۲

DOI: 10.30495/JISDS.2022.20851

چکیده

هدف پژوهش حاضر تعیین عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی بوده است که از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی می باشد که به روش آمیخته اکتشافی انجام شده است. در مرحله کیفی تیم مشارکت کننده تحقیق ۳۹ نفر از اساتید دانشگاهی و مدیران عالی سازمان تامین اجتماعی استان های شمالی می باشند که به روش هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب شده اند. همچنین در مرحله کمی جامعه آماری را کارشناسان سازمان تامین اجتماعی استان های شمالی تشکیل می دهند که تعداد آنان ۱۰۰۰ نفر می باشد که برای تعیین حجم نمونه براساس جدول کرجسی و مورگان ۲۷۸ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. برای شناسایی ابعاد و مؤلفه های کارآفرینی اجتماعی با تاکید هوش اجتماعی از روش دلفی فازی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده ها عبارتند از: مصاحبه، اسناد و مدارک و پرسشنامه که نتایج تحقیق نشان داد چهار بعد اصلی: مهارت های اجتماعی - پردازش اطلاعات اجتماعی - مطلوبیت اجتماعی و آگاهی اجتماعی و ۱۷ مؤلفه، به عنوان مهمترین مؤلفه های کارآفرینی اجتماعی مبتنی بر هوش اجتماعی شناسایی شده است، همچنین برای برازش الگو از روش تحلیل عاملی اکتشافی و برای رتبه بندی از روش تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده که به ترتیب شاخص مهارت های اجتماعی با امتیاز ۰/۴۷۲، آگاهی اجتماعی با امتیاز ۰/۲۵۶، پردازش اطلاعات اجتماعی با امتیاز ۰/۱۶۴ و مطلوبیت اجتماعی با امتیاز ۰/۱۰۸ دارای اولویت می باشند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی اجتماعی، هوش اجتماعی، دلفی فازی، تحلیل سلسله مراتبی

^۱ دانشجوی دکترا گروه کارآفرینی، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران

(Email: hossein.torabi37@gmail.com)

^۲ استادیار گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران (نویسنده مسئول):

(Email: fereydonazma@gmail.com)

^۳ دانشیار گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران

(Email: dr.parvizsaedi@yahoo.com)

مقدمه

کارآفرینی اجتماعی^۱ یکی از ابعاد مهم و رو به گسترش در فعالیتهای کارآفرینی کشورهای صنعتی جهان می‌باشد و از سابقه دیرینه‌ای نیز برخوردار است. با این وجود در کشور ما، با توجه به گرایش روزافزون نهادها، مراکز دانشگاهی و موسسات دولتی و غیردولتی به کارآفرینی و فعالیتهای کارآفرینانه، همچنین حمایت‌های دولت از افراد و گروه‌های کارآفرین برای حل برخی معضلات کهنه مانند بیکاری و پیامدهای مخرب آن در کشور، متأسفانه شاهد توجه بیش از اندازه آنها به مقوله اقتصادی کارآفرینی و غافل ماندن از ابعاد زیست محیطی و به خصوص اجتماعی آن هستیم. اگر چه ممکن است این مساله در کوتاه مدت مشکل چندانی را ایجاد نکند، اما در درازمدت می‌تواند مساله ساز شود (میرک زاده و بهرامی، ۲۰۱۱). کارآفرینی اجتماعی رویکردی نوآورانه برای تبیین موضوعات مختلف در قلمروهای آموزش، مباحث محیطی، تجارت عادلانه، بهداشت و حقوق بشر و در سطحی وسیع‌تر، قطعه مهم ساختمان توسعه پایدار کشورهاست. لاری شاین^۲ (۲۰۰۰) معتقد است که مفهوم کارآفرینی اجتماعی، اصول کارآفرینی را با تمرکز بر روی کسب و کارهای سودآور هم برای توسعه اقتصادی و هم برای کالاهای عمومی به کار می‌گیرد (مرادی پردنجانی و همکاران، ۲۰۱۵).

کارآفرینی اجتماعی یکی از نیازهای روز جوامع مختلف می‌باشد که می‌تواند در مسیر توسعه ارزش‌های اجتماعی نقش مهمی داشته باشد (گوپتا و همکاران، ۲۰۲۰). بهبود کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک ضرورت به خصوص در سازمان‌ها و تشکلهای اجتماعی می‌بایستی به صورت مطلوبی پیاده سازی گردد (راوهوسر و همکاران، ۲۰۱۹). بهبود کارآفرینی اجتماعی می‌تواند اثرگذاری مثبتی بر جامعه داشته باشد که در نهایت منجر به ارتقا مسائل فرهنگی و اجتماعی گردد (اوربان، ۲۰۲۰). تلاش در جهت بهبود کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک دغدغه همواره مورد توجه متخصصان علوم اجتماعی و فرهنگی بوده است. ظرفیتهای ایجاد شده از سوی کارآفرینی اجتماعی در جوامع سبب گردیده است تا از آن به عنوان یک متغیر کلیدی نام برده شود (کانسترنو و همکاران، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر امروزه علم به قدرت و نفوذ هوش انسانی پی برده و در حال کشف و تبیین جایگاه انواع مختلف آن در فعالیتهای رفتار و شخصیت انسانی است. منابع علمی اشاره می‌کنند که کارآفرینان دارای رفتاری پیچیده هستند و در حالی که هیچ نظریه و پژوهشی هنوز نتوانسته است به طور کامل رفتار آنها را تشریح کند، شواهد جدید این نکته را بیان می‌کند که شخصیت و هوش افراد نقش مهمی در منشاء کارآفرینی آنان دارند (هرمان و همکاران^۳، ۲۰۰۷). در این میان هوش اجتماعی به عنوان توانایی کنار آمدن با دیگران، آگاهی از مسائل اجتماعی و توانایی برقراری ارتباطات بین فردی و همکاری با دیگران با رفتار و فعالیتهای کارآفرینانه ارتباط دارد (علیزاده اقدم و همکاران، ۲۰۱۶). هوش اجتماعی به عنوان نوعی توانایی شناختی- اجتماعی، از متغیرهایی است که در فرایند کارآفرینی افراد نقش بسزایی دارد (طباطبایی و همکاران، ۲۰۱۵).

هوش اجتماعی یکی از مسائل کلیدی در جهت ایجاد ظرفیتهای اجتماعی در جوامع می‌باشد (گارگ و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به اهمیت تعاملات و ارتباطات اجتماعی، هوش اجتماعی می‌تواند ظرفیتهای مطلوبی در این حوزه ایجاد کند. به صورتی که از هوش اجتماعی در جهت بهبود وضعیت ارتباطی یاد برده می‌شود (لینگ و همکاران، ۲۰۲۰). از طرفی هوش اجتماعی می‌تواند به واسطه بهبود دانش و آگاهی افراد از قوانین و مقررات‌های اجتماعی، ظرفیتهای مطلوبی در جهت بهبود تعاملات اجتماعی ایجاد کند. کارکردهای هوش اجتماعی در حل مسائل و مشکلات اجتماعی به عنوان یک مساله مهم مورد توجه محققان قرار گرفته است (بویاتزیس و همکاران، ۲۰۱۵). هوش اجتماعی می‌تواند میزان نفوذ و تاثیرگذاری فردی در مسائل اجتماعی را افزایش دهد و بستری مناسب در جهت ارتقا کارکردهای فردی در مسائل اجتماعی را فراهم نماید (ماریاچر و همکاران، ۲۰۲۱).

¹ Social entrepreneurship

² Shine, Lary

³ Hermann & et al

با نگرشی دقیق در می‌یابیم که در جهان کنونی با ویژگی‌هایی نظیر تغییرات و تحولات سریع، پیچیدگی‌های فزاینده و رقابت روز افزون؛ یکی از ارزان‌ترین ابزارها برای رشد و توسعه سازمان‌ها استفاده از افراد کارآفرین است. تامین اجتماعی اکنون ستون اصلی ایجاد آسایش خاطر و امید به آینده در مردم بیشتر کشورهای جهان است. از راه باز توزیع درآمدها؛ از طریق سامانه‌های خود باعث حذف یا کاهش عمده فقر، بی‌خانمانی، بیماری، مطرودیت اجتماعی و جهل و بی‌سوادی می‌شود و از همین رو، نارضایتی و ناامیدی را در یکایک افراد جامعه کاهش داده و خطر ناآرامی‌ها و انقلاب‌های اجتماعی را از میان بر می‌دارد. تامین اجتماعی، مولفه کلیدی سیاست اجتماعی است. سازمان تامین اجتماعی، به عنوان ابزاری کارآمد برای تحقق عدالت اجتماعی، بازویی قدرتمند برای تامین رفاه و حمایت از نیروی کل کشور است و توسعه این سازمان پاسخی به نیاز ایمنی و سلامتی انسان‌ها می‌باشد. اگر سازمان تامین اجتماعی را نهادی خدماتی در جامعه بدانیم، کارکنان آن، در پیشبرد اهداف پیش‌بینی شده در برنامه‌ها و ماموریت‌های این سازمان که در راس آن حفظ کرامت انسانی در جامعه می‌باشد، نقش اساسی دارند و به منزله با ارزش‌ترین سرمایه‌ها به شمار می‌روند لیکن هنوز شرایط لازم و کافی برای گرایش به کارآفرینی اجتماعی کارکنان آنچنان که باید مهیا نشده است بنابراین با توجه به معضلات موجود، راهکارهای قابل اجرا در راستای افزایش کارآفرینی اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. شواهد تجربی نشان می‌دهد از جمله متغیرهای تاثیرگذار بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی کارکنان توجه بیشتر به هوش اجتماعی آنان می‌باشد لذا محقق که خود جز نیروی انسانی سازمان تامین اجتماعی می‌باشد درصدد برآمده است با طراحی الگویی این معضل رو برطرف نماید. بنابراین سوالات تحقیق عبارتند از: عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی کدامند؟

پیشینه تحقیق

- کارآفرینی اجتماعی

با وجود توجه روزافزون به این موضوع، هم‌چنان کارآفرینی اجتماعی در نظر افراد متفاوت، معانی مختلفی دارد. برخی کارآفرینی اجتماعی را منحصر به سازمان‌های غیرانتفاعی که برای پیش برد اهداف خود، فعالیت‌های سودآور و درآمدزا انجام می‌دهند، می‌دانند. بعضی این مفهوم را برای تمام کسانی که نسبت به راه‌اندازی سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند به کار می‌برند. گروهی آن را تنها مختص دسته‌ای از فعالیت‌های سازمان‌های انتفاعی می‌دانند که اهداف عام‌المنفعه دارند. جرج دیز^۱ در مقاله خود با عنوان «معنای کارآفرینی اجتماعی»^۲ می‌گوید: کارآفرینان اجتماعی گونه‌ای از کارآفرینان با اهداف اجتماعی هستند. وی می‌افزاید: افرادی که در کارشان نوآوری بیشتری داشته و منجر به ایجاد توسعه‌ی اجتماعی می‌شوند، به طبع کارآفرین تر هستند. بدین ترتیب کارآفرینی اجتماعی می‌تواند شامل اهداف اجتماعی فعالیت‌های تجاری مانند تاسیس صندوق‌های اعتباری خرد و یا یافتن راه‌حلی نو برای پاسخ‌گویی به معضله‌های اجتماعی باشد (آنیرود و همکاران^۳، ۲۰۱۶).

کارآفرینان اجتماعی اغلب چون به جای کسب و کارهای متداول، دارای چشم‌انداز راهبردی، پویا و متنوع هستند و از آن جایی که نمی‌خواهند ماموریت اجتماعی خود را از بین ببرند در هر کجا که ممکن باشد به دنبال متحدان و منابع می‌گردند. از این رو بسیاری از آن‌ها هم‌زمان با دولت، نهادهای بشردوستانه، بخش داوطلبانه، بانک‌ها و نیز بازار تجاری همکاری می‌کنند (رضایی آلکامی و همکاران، ۲۰۱۸).

ویراوردنا و مورت^۴ ادبیات مطرح شده در پژوهش‌های مرتبط با کارآفرینی اجتماعی را از چهار منظر اهداف پژوهش، دامنه پژوهش، مفهوم سازی و تعریف کارآفرینی اجتماعی جمع‌آوری کردند. این محققان، تعریف خود از کارآفرینی اجتماعی را به این

^۱ Greg Dees

^۲ The Meaning of Social Entrepreneurship

^۳ Anirud et al

^۴ Weerawardena a , Sullivan Mort

شرح بیان کرده‌اند: کارآفرینی اجتماعی، پدیده‌ای رفتاری در سازمان‌های غیرانتفاعی و با هدف ایجاد ارزش اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌هاست. محققان میان سه شکل مختلف کارآفرینی اجتماعی تمایز قایل هستند. یک گروه، کارآفرینی اجتماعی را ابتکار عمل سازمان‌های غیرانتفاعی، برای کسب درآمدهای اضافی، پس از روبه‌رو شدن با قطع بودجه‌های دولتی، کمک‌های نقدی فردی و شرکتی، افزایش رقابت، افزایش نیازهای اجتماعی و فشار حامیان مالی برای کوچک شدن و ادغام می‌دانند. گروه دوم، کارآفرینی اجتماعی را ابتکار عمل کارآفرینان مستقل برای رفع یک مشکل اجتماعی مشخص تعریف می‌کنند. گروه سوم، کارآفرینی اجتماعی را مسؤولیت اجتماعی شرکت‌های تجاری فعال در بخش میانی می‌دانند. میر و نویوآ، با جمع‌بندی تعاریف یادشده، کارآفرینی اجتماعی را استفاده خلاقانه از منابع، برای تعقیب فرصت‌ها با هدف خلق سازمان یا فعالیت‌هایی که منجر به مزایای اجتماعی پایدار می‌شوند، می‌دانند (فیروزآبادی و همکاران، ۲۰۱۸).

- هوش اجتماعی

موضوع هوش بسیار جذاب است و به طور پیوسته تکامل می‌یابد. زمینه‌های متفاوتی از هوش هست که می‌تواند مورد آزمایش قرار گیرد. بسیاری از پژوهشگران از نظریه توانایی ذهنی کلی حمایت می‌کنند که می‌تواند به عنوان توانایی مقابله با پیچیدگی‌ها تعریف شود: این پژوهشگران، معمولاً با نظریه‌های چندگانه مخالفند. این نظریه مورد حمایت دیگر پژوهشگرانی قرار دارد که باور دارند هوش می‌تواند به عنوان یک مجموعه مکانیسم محاسباتی نیمه خودکار تعریف شود. بنابراین هوش‌های متفاوت از یکدیگر مجزا نیستند، بلکه بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. فردی که بتواند با الگوی صحیح، ارتباط سالمی با دیگران برقرار کند و در کنار این ارتباط خصوصیات فردی و اجتماعی مثبت خود را (حسن خلق، همدردی، همراهی) ترقی داده و به دیگران نشان دهد، یقیناً مورد توجه افراد واقع خواهد شد و در دید اکثریت آن‌ها دارای مقبولیت و محبوبیت خواهد بود. اما نکته‌ای که در اینجاست این موضوع می‌باشد که چه استعداد و توانایی‌هایی در فرد می‌تواند زیر ساخت و پایه چنین عملکردهایی باشد؟ هر فردی باید دارای ویژگی‌هایی باشد تا بتواند این ارتباط سالم و خصوصیات اجتماعی لازم را به ظهور برساند. این ویژگی‌ها و استعدادها خاص را، روانشناسان هوش اجتماعی^۲ نامیده‌اند. افراد در موقعیت‌های اجتماعی بخاطر تفاوت‌های فردی، یکسان عمل نمی‌کنند این تفاوت‌های فردی در ادبیات روانشناسی به هوش اجتماعی اشاره دارد. هوش اجتماعی برای نخستین بار زمانی که ثرنادیک^۳ هوش را در سال ۱۹۲۰ به عنوان هوش اجتماعی، مکانیکی و انتزاعی در تبیین رفتار و کردار انسان تعریف کرد به صورت جدی مورد بحث قرار گرفت، وی هوش اجتماعی را به عنوان توانایی درک دیگران و رفتار عاقلانه در ارتباطات انسانی تعریف نمود. از زمانی که ثرنادیک در سال ۱۹۲۰ هوش را به عنوان "هوش اجتماعی" توانایی شناخت افراد و توانایی عمل خلاقانه در روابط انسانی، "هوش مکانیکی" مهارت‌های ساختن و به کار بردن ابزار و وسایل و "هوش انتزاعی" توانایی کاربرد کلمات، اعداد و اصول علمی تعریف کرد؛ هوش اجتماعی به مهم‌ترین موضوع بحث تبدیل شد. نیجهولت، استاک و نیششیدا^۴ (۲۰۰۹) هوش اجتماعی را به عنوان توانایی ضروری برای افراد به منظور ارتباط، درک و تعامل مؤثر با دیگران تعریف کرده‌اند. (گیوف و همکاران، ۲۰۱۷).

-رضایی آلکامی و همکاران (۲۰۱۸) تحقیقی با عنوان رابطه هوش اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان ادارات بیمه سلامت غرب استان مازندران)، انجام داده‌اند و یافته‌های تحقیق حاکی از این است که بین هوش اجتماعی و مولفه‌های آن (پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و آگاهی اجتماعی) با کارآفرینی اجتماعی کارکنان ادارات بیمه سلامت غرب استان مازندران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج رگرسیون گام به گام نشان داد متغیر آگاهی اجتماعی

¹ Mair, J. and E. Noboa

² Social Intelligence

³ Edward lee Thorndik

⁴ Nijholt, Stock & Nishida

⁵ Geoff et al

دارای بیشترین تاثیر است و سپس متغیر پردازش اطلاعات اجتماعی در ردیف بعدی قرار دارد. بنابراین می‌توان گفت هوش اجتماعی توانایی درک و مهار هیجانات و احساسات خود در جهت کمک به فعالیت‌های فکری، تصمیم‌گیری و ارتباطی است که می‌تواند در جهت ارتقای کارآفرینی اجتماعی بسیار موثر باشد.

- عزیزاده اقدم و همکاران (۲۰۱۶) تحقیقی با عنوان بررسی رابطه هوش اجتماعی با قابلیت کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز، انجام داده‌اند و براساس نتایج تحقیق، ارتباط معنی‌داری بین هوش اجتماعی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز با قابلیت کارآفرینی آنان وجود دارد. همچنین، تفاوت میانگین قابلیت‌های کارآفرینی به تفکیک گروه‌های عمده تحصیلی معنی‌دار بوده است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌داد که میانگین قابلیت کارآفرینی و هوش اجتماعی بر حسب جنسیت دانشجویان متفاوت نمی‌باشد. از ابعاد سه‌گانه هوش اجتماعی، پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی، آگاهی اجتماعی و نیز از متغیرهای شناسایی، جنسیت و وضعیت بورسیه تحصیلی، به ترتیب بیشترین تاثیر را بر میزان قابلیت کارآفرینی دانشجویان داشته‌اند.

- موسوی راد و حمزه زاده (۲۰۱۶) تحقیقی با عنوان بررسی ارتباط هوش فرهنگی و هوش اجتماعی با گرایش به کارآفرینی در مدیران فدراسیون‌های ورزشی انجام داده‌اند و نتایج نشان داد که سطح هوش اجتماعی و گرایش به کارآفرینی و سطح هوش فرهنگی مدیران فدراسیون‌ها پایین بود همچنین نتایج نشان داد بین دو متغیر هوش اجتماعی و گرایش به کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بین هوش فرهنگی و هوش اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و بین هوش فرهنگی با گرایش به کارآفرینی مدیران فدراسیون‌های ورزشی ارتباط معناداری وجود ندارد. فقط مولفه شناختی هوش فرهنگی به میزان ضعیفی قابلیت پیش‌بینی گرایش به کارآفرینی را دارد. در مجموع نتایج حاکی از آن بود که با افزایش هوش فرهنگی و هوش اجتماعی گرایش به کارآفرینی مدیران نیز افزایش می‌یابد.

- مرادی پردنجانی و همکاران (۲۰۱۵) تحقیقی با عنوان تاثیر هوش اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی (مطالعه موردی: مدیران بسیج استان چهارمحال و بختیاری)، انجام داده‌اند و یافته‌های پژوهش، نشان می‌دهد که میزان برخورداری مدیران بسیج استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مؤلفه‌های هوش اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی بالاتر از میانگین متوسط است؛ بین تمامی مؤلفه‌های هوش اجتماعی، پردازش اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی، آگاهی اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی (عامل تغییر، ایجاد حس مسئولیت‌پذیری، فعالیت بدون محدودیت، حضور در فرایند، شناخت فرصت، ترسیم اهداف، خلق مکانیسم) رابطه معنادار وجود دارد؛ همچنین میزان هوش اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی مدیران بسیج استان چهارمحال و بختیاری با توجه به متغیرهای زمینه‌ای جنسیت، گروه سنی و تحصیلات تفاوت معناداری با هم ندارند.

- لفترا^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی با عنوان "ابعاد هوش سازمانی در شرکت‌های رومانیایی، دورنمای سرمایه انسانی" به ارائه نمای کلی از موقعیت کارکنان شرکت‌های رومانیایی با توجه به هفت بعد هوش سازمانی البرخت پرداختند. همچنین این پژوهش درصدد بررسی تفاوت‌های موجود بین سازمانهای بزرگ با بیش از ۱۵۰ کارمند و سازمان‌های کوچک بوده است. با این فرض که نیروی انسانی و تفاوت‌های موجود فرهنگ سازمانی و رهبری بین دو طبقه می‌تواند تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر نحوه درک ابعاد هوش سازمانی و عملکرد آنها داشته باشد. نتایج تحقیق نشان داده است که فقط ۱۳ درصد کارکنان شرکت‌های بزرگ و متوسط با مفهوم هوش سازمانی آشنا بوده‌اند و کارکنان شرکت‌های کوچک اصلا این مفهوم را نمی‌شناخته‌اند. با این حال تحلیل داده‌های به دست آمده نشان داد که هوش سازمانی در حد متوسط و بالاتر بوده است.

- شروات^۲ و همکاران (۲۰۱۷) تحقیقی با عنوان بررسی تاثیر هوش اجتماعی بر مهارت‌های کارآفرینی در صنعت خودرو ژاپن انجام داده است که نتایج نشان داده است هوش اجتماعی بر مهارت‌های کارآفرینی در صنعت خودرو ژاپن تاثیر دارد.

¹ Viorel Lefter

² Sherwat

روش‌شناسی تحقیق

هدف پژوهش حاضر تعیین عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی بوده است که از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی می‌باشد که به روش آمیخته اکتشافی انجام شده است. در مرحله کیفی تیم مشارکت کننده تحقیق ۳۹ نفر از اساتید دانشگاهی و مدیران عالی سازمان تامین اجتماعی استان‌های شمالی می‌باشند که به روش هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب شده‌اند. همچنین در مرحله کمی جامعه آماری را کارشناسان سازمان تامین اجتماعی استان‌های شمالی تشکیل می‌دهند که تعداد آنان ۱۰۰۰ نفر می‌باشد که برای تعیین حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۲۷۸ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. برای شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی از روش دلفی فازی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه، اسناد و مدارک و پرسشنامه بوده است.

یافته‌ها

در مرحله نخست پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان، نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت. بدین ترتیب که مقادیر کیفی متغیرها به مقادیر کمی فازی تبدیل شده و میانگین فازی مربوط به هر معیار به طور جداگانه تعیین شد. جهت فازی کردن متغیرهای کلامی از مقادیر جدول (۱) استفاده شد:

جدول (۱): تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی
زیاد	(۰/۷، ۰/۹، ۱)
متوسط	(۰/۳، ۰/۵، ۰/۷)
کم	(۰، ۰/۱، ۰/۳)

- عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی کدامند؟
برای پاسخ به این سوال از تکنیک دلفی فازی استفاده شده است که نتایج آن در ادامه آورده شده است:

جدول (۲): نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله اول نظرسنجی

ردیف	متغیر	شاخص‌های هوش اجتماعی	زیاد	متوسط	کم
۱	مهارت‌های اجتماعی	ارتباطی	۲۳	۱۶	۰
۲		روابط دوستانه با دیگران	۹	۸	۲
۳		مسئولیت پذیری	۱۴	۲۴	۴
۴		همدلی با دیگران	۱۳	۲۲	۴
۵		توانایی شناخت نیازهای دیگران	۲۱	۶	۱۲
۶	پردازش اطلاعات اجتماعی	مهارت‌های مربوط به قوانین اجتماعی	۹	۲۶	۴
۷		شفاف‌سازی اطلاعات	۷	۲۰	۱۲
۸		قدرت تحلیل اطلاعات	۱۵	۱۴	۱۰
۹		پیش‌بینی رفتار و احساسات دیگران	۱۹	۱۶	۴
۱۰	مطلوبیت اجتماعی	مشورت و حل مسائل به صورت اجتماعی	۵	۲۴	۱۰
۱۱		افزایش معاشرت و ارتباط با دیگران	۱۵	۱۶	۸
۱۲		خودکارآمدی اجتماعی	۵	۲۲	۱۲

تعیین عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی / ۲۰۱

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	زیاد	متوسط	کم
۱۳		فعال بودن در زمینه های اجتماعی	۱۹	۱۲	۸
۱۴		ارزش قائل شدن برای سخنان افراد مقابل	۱۷	۱۲	۱۰
۱۵	آگاهی اجتماعی	درک اجتماعی	۲۱	۱۰	۸
۱۶		فعالیت در جهت بهبود آگاهی اجتماعی	۶	۱۸	۱۵
۱۷		درک مناسب از نگرانی ها	۱۳	۱۲	۱۴

جدول (۳): میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله اول نظرسنجی و مقدار فازی زدایی شده

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	میانگین فازی	میانگین فازی زدایی شده
۱	مهارت های اجتماعی	ارتباطی	(۰/۳، ۰/۹۴، ۱)	۰/۷۹
۲		روابط دوستانه با دیگران	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۸
۳		مسئولیت پذیری	(۰/۳، ۰/۹۴، ۱)	۰/۷۹
۴		همدلی با دیگران	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۸
۵		توانایی شناخت نیازهای دیگران	(۰/۰، ۰/۸۱، ۱)	۰/۶۵
۶	پردازش اطلاعات اجتماعی	مهارت های مربوط به قوانین اجتماعی	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹
۷		شفاف سازی اطلاعات	(۰/۰، ۰/۹۰، ۱)	۰/۷۰
۸		قدرت تحلیل اطلاعات	(۰/۰، ۰/۸۰، ۱)	۰/۶۵
۹		پیش بینی رفتار و احساسات دیگران	(۰/۰، ۰/۸۲، ۱)	۰/۶۶
۱۰	مطلوبیت اجتماعی	مشورت و حل مسائل به صورت اجتماعی	(۰/۰، ۰/۸۰، ۱)	۰/۶۵
۱۱		افزایش معاشرت و ارتباط با دیگران	(۰/۳، ۰/۹۰، ۱)	۰/۷۸
۱۲		خودکارآمدی اجتماعی	(۰/۳، ۰/۹۱، ۱)	۰/۷۸
۱۳		فعال بودن در زمینه های اجتماعی	(۰/۷، ۰/۹۶، ۱)	۰/۹۱
۱۴		ارزش قائل شدن برای سخنان افراد مقابل	(۰/۳، ۰/۹۰، ۱)	۰/۷۷
۱۵	آگاهی اجتماعی	درک اجتماعی	(۰/۷، ۰/۹۵، ۱)	۰/۹۰
۱۶		فعالیت در جهت بهبود آگاهی اجتماعی	(۰/۷، ۰/۹۴، ۱)	۰/۸۹
۱۷		درک مناسب از نگرانی ها	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹

با توجه به این که اعضای گروه خبره با تمام عوامل در مرحله دوم موافق بوده اند چون میانگین قطعی عوامل همگی بالای ۰/۴ می باشند.

جدول (۴): نتایج شمارش پاسخ های مرحله دوم نظرسنجی

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	زیاد	متوسط	کم
۱	مهارت های اجتماعی	ارتباطی	۱۱	۱۶	۱۲
۲		روابط دوستانه با دیگران	۴	۱۸	۱۷
۳		مسئولیت پذیری	۶	۲۳	۱۰
۴		همدلی با دیگران	۶	۲۲	۱۱
۵		توانایی شناخت نیازهای دیگران	۱۱	۲۲	۶
۶	پردازش اطلاعات اجتماعی	مهارت های مربوط به قوانین اجتماعی	۱۳	۲۰	۳
۷		شفاف سازی اطلاعات	۱۵	۱۲	۱۲
۸		قدرت تحلیل اطلاعات	۱۲	۱۰	۱۷

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	زیاد	متوسط	کم
۹	مطلوبیت اجتماعی	پیش بینی رفتار و احساسات دیگران	۹	۸	۲
۱۰		مشورت و حل مسائل به صورت اجتماعی	۱۴	۲۴	۴
۱۱		افزایش معاشرت و ارتباط با دیگران	۱۳	۲۲	۴
۱۲		خودکارآمدی اجتماعی	۲۱	۶	۱۲
۱۳		فعال بودن در زمینه های اجتماعی	۹	۲۶	۴
۱۴		ارزش قائل شدن برای سخنان افراد مقابل	۷	۲۰	۱۲
۱۵	آگاهی اجتماعی	درک اجتماعی	۱۵	۱۴	۱۰
۱۶		فعالیت در جهت بهبود آگاهی اجتماعی	۱۹	۱۶	۴
۱۷		درک مناسب از نگرانی ها	۵	۲۴	۱۰

جدول (۵): میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله نخست دوم و مقدار فازی زدایی شده

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	میانگین فازی	میانگین فازی زدایی شده
۱	مهارت های اجتماعی	ارتباطی	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	۰/۸۷
۲		روابط دوستانه با دیگران	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۸۳
۳		مسئولیت پذیری	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	۰/۸۵
۴		همدلی با دیگران	(۰/۷ ، ۰/۹۳ ، ۱)	۰/۸۲
۵		توانایی شناخت نیازهای دیگران	(۰/۳ ، ۰/۸۵ ، ۱)	۰/۷۴
۶	پردازش اطلاعات اجتماعی	مهارت های مربوط به قوانین اجتماعی	(۰/۷ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۸۴
۷		شفاف سازی اطلاعات	(۰/۳ ، ۰/۸۸ ، ۱)	۰/۷۶
۸		قدرت تحلیل اطلاعات	(۰/۳ ، ۰/۹۰ ، ۱)	۰/۷۲
۹		پیش بینی رفتار و احساسات دیگران	(۰/۳ ، ۰/۸۵ ، ۱)	۰/۷۱
۱۰	مطلوبیت اجتماعی	مشورت و حل مسائل به صورت اجتماعی	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	۰/۷۴
۱۱		افزایش معاشرت و ارتباط با دیگران	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۹
۱۲		خودکارآمدی اجتماعی	(۰/۳ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۷۸
۱۳		فعال بودن در زمینه های اجتماعی	(۰/۷ ، ۰/۹۷ ، ۱)	۰/۹۱
۱۴		ارزش قائل شدن برای سخنان افراد مقابل	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۷۹
۱۵		آگاهی اجتماعی	درک اجتماعی	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)
۱۶	فعالیت در جهت بهبود آگاهی اجتماعی		(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۱۷	درک مناسب از نگرانی ها		(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	۰/۸۱

جدول (۶): اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله اول و دوم

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۱	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۲	اختلاف
۱	مهارت های اجتماعی	ارتباطی	۰/۷۹	۰/۸۷	۰/۰۸
۲		روابط دوستانه با دیگران	۰/۷۸	۰/۸۳	۰/۰۵
۳		مسئولیت پذیری	۰/۷۹	۰/۸۵	۰/۰۶
۴		همدلی با دیگران	۰/۷۸	۰/۸۲	۰/۰۴
۵		توانایی شناخت نیازهای دیگران	۰/۶۵	۰/۷۴	۰/۰۹
۶	پردازش اطلاعات اجتماعی	مهارت های مربوط به قوانین اجتماعی	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۰۵

ردیف	متغیر	شاخص های هوش اجتماعی	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۱	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۲	اختلاف
۷		شفاف سازی اطلاعات	۰/۷۰	۰/۷۶	۰/۰۶
۸		قدرت تحلیل اطلاعات	۰/۶۵	۰/۷۲	۰/۰۷
۹		پیش بینی رفتار و احساسات دیگران	۰/۶۶	۰/۷۱	۰/۰۵
۱۰		مشورت و حل مسائل به صورت اجتماعی	۰/۶۵	۰/۷۴	۰/۰۹
۱۱	مطلوبیت اجتماعی	افزایش معاشرت و ارتباط با دیگران	۰/۷۸	۰/۷۹	۰/۰۱
۱۲		خودکارآمدی اجتماعی	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۰۰
۱۳		فعال بودن در زمینه های اجتماعی	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۱۴		ارزش قائل شدن برای سخنان افراد مقابل	۰/۷۷	۰/۷۹	۰/۰۲
۱۵	آگاهی اجتماعی	درک اجتماعی	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۰۱
۱۶		فعالیت در جهت بهبود آگاهی اجتماعی	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۰۱
۱۷		درک مناسب از نگرانی ها	۰/۷۹	۰/۸۱	۰/۰۲

با توجه به دیدگاه های ارائه شده در مرحله دوم و مقایسه آن با نتایج مرحله اول، اختلاف میانگین قطعی عوامل بین دو مرحله کمتر از آستانه کم (۰/۱) می باشد بنابراین فرآیند نظرسنجی متوقف می شود و اعضای گروه خبره با تمامی عوامل موافق بوده اند و این عوامل بر اساس تکنیک دلفی فازی مورد قبول واقع شدند.

با توجه به نتایج حاصل از نرم افزار Expert Choice همان گونه که در نمودار (۱) و جدول (۷) مشخص است، در شاخص های مدیریت استعداد به ترتیب شاخص مهارت های اجتماعی با امتیاز ۰/۴۷۲، آگاهی اجتماعی با امتیاز ۰/۲۵۶، پردازش اطلاعات اجتماعی با امتیاز ۰/۱۶۴ و مطلوبیت اجتماعی با امتیاز ۰/۱۰۸ دارای اولویت می باشند.

Model Name: SI

Priorities with respect to:

Goal: 1



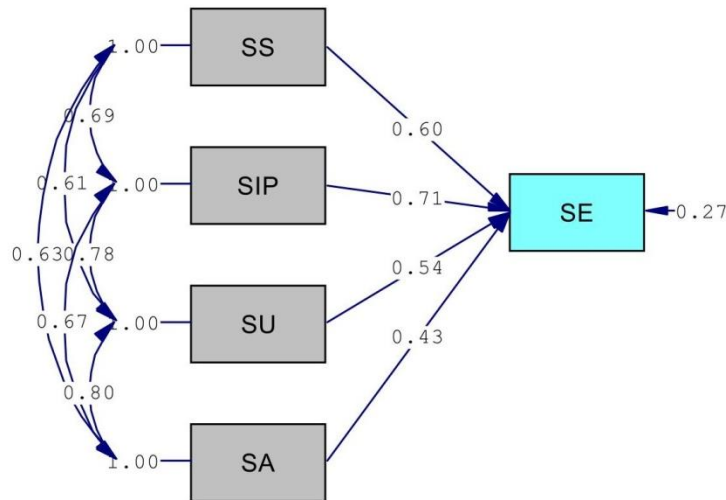
Inconsistency = 0.02

with 0 missing judgments.

نمودار (۱): اولویت بندی عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی

جدول (۷): امتیاز و رتبه عوامل موثر بر کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی

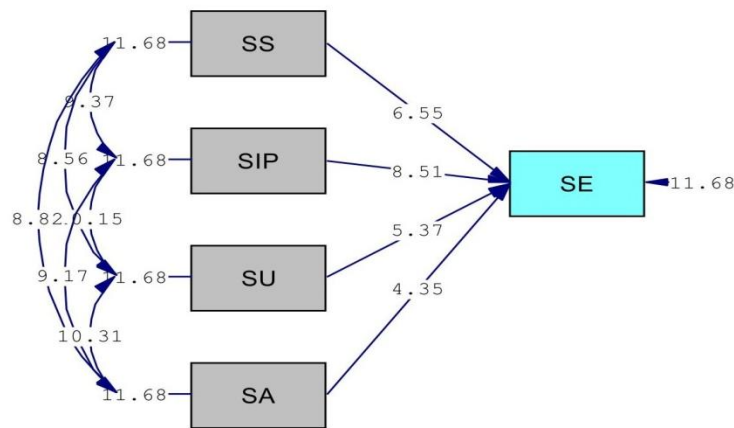
رتبه	امتیاز	عوامل
۱	۰/۴۷۲	مهارت های اجتماعی (SS)
۲	۰/۲۵۶	آگاهی اجتماعی (SA)
۳	۰/۱۶۴	پردازش اطلاعات اجتماعی (SIP)
۴	۰/۱۰۸	مطلوبیت اجتماعی (SU)



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=0.00000, RMSEA=0.000

نمودار(۲): نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل کلی بر اساس ضرایب استاندارد شده

نمودار (۲) بیانگر ضرایب بارهای عاملی در حالت استاندارد است که در بازه (۱،-۱) قرار دارند و نشان دهنده میزان رابطه بین متغیرها می‌باشند. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۳ می‌باشد. در نمودار فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۳ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=0.00000, RMSEA=0.000

نمودار(۳): نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل کلی بر اساس ضرایب معناداری

همانطور که در نمودار (۳) مشاهده می‌شود، مقادیر (T-value) بزرگ‌تر از ۱/۹۶ می‌باشند و بیانگر این است تمامی ضرایب مسیر در نمودار (۲) در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار می‌باشند.

جدول(۸): نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری کلی

IFI	NNFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	SRMR	CMIN/DF	شاخص برازندگی
>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08	<0.05	<3	مقادیر قابل قبول
۰/۹۸	۰/۹۴	۰/۹۳	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰	مقادیر محاسبه شده

تعیین عوامل موثر بر گرایش به کارآفرینی اجتماعی با تاکید بر هوش اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی / ۲۰۵

دو شاخص مهم برازش مدل (RMSEA) و (CMIN/DFx²/df) در جدول ۸ می‌باشد. مقدار (CMIN/DFx²/df) برابر ۰/۰۰۰ می‌باشد. مقدار (CMIN/DFx²/df) هر چه کوچک‌تر از عدد ۳ باشد مدل دارای برازش بهتری است. شاخص RMSEA میانگین مجذور خطاهای مدل است که برابر ۰/۰۰۰ برآورد شده است. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود. حد مجاز این مقدار ۰/۰۸ است، یعنی مقادیر زیر ۰/۰۸ قابل قبول هستند و همین‌طور زیر ۰/۰۵ خیلی خوب است. سایر شاخص‌ها نیز در محدوده قابل قبولی قرار دارند لذا می‌توان گفت مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

ایران از جمله کشورهایی است که هم در تعداد و هم در جمعیت شهرهای بزرگ رشد سریعی داشته است. همین امر کشور را با آسیب‌های اجتماعی زیادی روبه‌رو کرده است. آسیب‌هایی نظیر اعتیاد، تکدی‌گری، حاشیه‌نشینی، فحشا، طلاق، فقر، کودکان کار که مشکلات زیادی را برای کشور ایجاد کرده است. تغییر و بهبود وضعیت اجتماعی کشور تنها از عهده دولتمردان برنمی‌آید و در این راه افراد یا مؤسساتی با ابتکار و نوآوری در جهت کمک به حل مشکلات اجتماعی فعالیت می‌کنند. کارآفرینان اجتماعی از همین دسته افراد هستند. کارآفرین اجتماعی به بیان ساده کسی است که با استفاده از مهارت‌های کارآفرینانه فعالیت‌های عام‌المنفعه اجتماعی انجام می‌دهد. کارآفرینی اجتماعی مفهوم نسبتاً جدیدی است و تعاریف آن همچنان در حال تکمیل است. برخی از تعاریف کارآفرینی اجتماعی بر افراد و تعدادی دیگر بر ایده‌ها یا فرصت‌های تغییر تمرکز دارند. برخی فکر می‌کنند تنها سازمان‌های غیرانتفاعی می‌توانند مفهوم کارآفرینی اجتماعی را عملی کنند درحالی‌که برخی دیگر گمان می‌کنند که علاوه بر مؤسسات غیرانتفاعی، دولت نیز می‌تواند کارآفرینی اجتماعی را به‌خوبی انجام دهد. برخی فکر می‌کنند که کارآفرینی اجتماعی باید اختراع و نوآوری داشته باشد، اما کسانی نیز هستند که معتقدند این امر ضروری نیست و انجام تغییر و به ثمر رسیدن آن، بسیار مهم‌تر از دارا بودن ویژگی نوآوری است. با وجود این اختلافات در برداشت یا تعاریف کارآفرینی اجتماعی اما همه بر یک اصل مشترک هم‌نظر هستند و آن این است که کارآفرینان اجتماعی افرادی خلاق و نوآور و دارای هوش اجتماعی بالا هستند که برای حل مشکلات بزرگی که جامعه و دولت آن را برطرف نکرده و قادر به حل کردن آن نیز نبودند، ایده‌ها و افکار خلاقانه انقلابی داشتند و برای حل مشکلات اجتماعی تلاش می‌کنند. هوش اجتماعی به توانایی ما در برقراری ارتباط با دیگران و محیط اطرافمان گفته می‌شود. پرورش هوش اجتماعی احتمال موفقیت ما در اجتماع را افزایش داده و ما را در کنترل احساسات و هیجانانگامان توانمندتر می‌سازد. افرادی که هوش اجتماعی بالایی دارند، بسیار تاثیرگذار، مدیر، مورد اعتماد، پر انرژی و انرژی بخش، همدل و مهربان، محبوب و برون‌گرا هستند. اما در خصوص مقایسه نتایج این رساله با یافته‌های سایر تحقیقات انجام گرفته در این راستا می‌توان به نتایج تحقیقاتی که توسط رضایی آلکامی و همکاران (۲۰۱۸)، علیزاده اقدم و همکاران (۲۰۱۶)، موسوی راد و حمزه زاده (۲۰۱۶)، مرادی پردنجانی و همکاران (۲۰۱۵)، ارین و همکاران (۲۰۱۸) و شروات و همکاران (۲۰۱۷) اشاره نمود.

به نظر می‌رسد ظرفیت سازی هوش اجتماعی در جهت بهبود تعاملات اجتماعی، ارتقا دانش در خصوص قوانین و مقررات اجتماعی و همچنین بهبود تاثیرگذاری فردی در حوزه اجتماعی سبب گردیده است تا روند مطلوبی در جهت شکل‌گیری کارآفرینی اجتماعی را فراهم نماید. هوش اجتماعی به واسطه درگیر نمودن افراد با محیط پیرامون خود می‌تواند منجر به شکل‌گیری دانش و آگاهی لازم در جهت حل مسائل و مشکلات اجتماعی را فراهم نماید که این مساله زمینه را برای بهبود کارآفرینی اجتماعی را فراهم می‌نماید (داکین و همکاران، ۲۰۱۱). به عبارتی هوش اجتماعی به واسطه ظرفیت‌های خود می‌تواند بستری مناسب در جهت توسعه و گسترش کارآفرینی اجتماعی را فراهم نماید. این مساله سبب گردیده است تا کارکردهای مطلوب هوش اجتماعی در جهت توسعه کارآفرینی اجتماعی به عنوان یک مساله مهم درک گردد.

پیشنهادات

بر اساس یافته‌های تحقیق پیشنهادات زیر ارائه می‌شوند:

- آموزش‌هایی در خصوص ارتقای هوش اجتماعی به کارکنان سازمان تامین اجتماعی ارائه شود و در آن‌ها به ویژگی‌های آگاهی اجتماعی، مهارت اجتماعی و پردازش اطلاعات اجتماعی، تأکید شود.
- پیشنهاد می‌گردد مدیران سازمان تامین اجتماعی از تمامی کارکنان با سطوح علمی مختلف در راستای اقدامات کارآفرینی اجتماعی استفاده نمایند.
- مدیران سازمان تامین اجتماعی در جهت ارتقای اطلاعات اجتماعی، مهارت اجتماعی و آگاهی اجتماعی می‌بایست بتوانند رفتار کارکنان را پیش‌بینی نمایند و احساسات آنان را درک نموده تا بتوانند ارتباط خوب و مؤثر با کارکنان ایجاد نمایند و از سویی دیگر در جهت ارتقای مهارت‌های اجتماعی باید بتوانند با کارکنان کنار آمده و حتی پیش‌بینی نمایند کارکنان به رفتار آنان چه واکنشی نشان خواهند داد.
- ارتقای شناخت فرصت‌های کارآفرینی اجتماعی در مدیران سازمان تامین اجتماعی موجب می‌شود در زمانی که دیگران مسائل را به عنوان مشکل می‌بینند، آنها را فرصت اطلاق کنند و در راستای تدارک شرایط لازم، جهت بروز زمینه‌های رفع نیازهای اجتماعی، تلاش و پشتکار داشته باشد و از روش‌ها و الگوهای کارآمد و همچنین ناکارآمد در ایجاد تغییرات اجتماعی مطلع باشد.
- برای ارتقاء و ایجاد حس مسئولیت‌پذیری کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان تامین اجتماعی در جهت ایجاد توازن میان ارزش‌های سرمایه‌گذاران و نیازهای جامعه فعالیت نموده و انتظارات و ارزش‌های سرمایه‌گذاران (سرمایه‌گذاران پولی، زمانی و تخصصی) را درک نمایند.
- از جمله اقدامات مفید در زمینه هدفمندتر کردن فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان تامین اجتماعی نیز می‌تواند نیازسنجی در سطح جامعه و برنامه‌ریزی برای گسترش فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در زمینه‌هایی باشد که از نیازهای ضروری جامعه محسوب می‌گردد.
- معرفی و ترویج کارآفرینی اجتماعی و تعریف دقیق شاخص‌های آن و برگزاری سمینارها و جلسات آموزشی برای مدیران کسب و کارهای اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در جهت افزایش مهارت و انگیزه‌های کارآفرینانه آنان داشته باشد.
- سازمان تامین اجتماعی به حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد به ایجاد و تقویت این گونه تشکلهای توجیه بیشتری نمایند تا از این طریق جامعه بتواند به توازن و عدالت دست یابد.

منابع

- Agrawal, A., & Sahasranamam, S. (2016). Corporate social entrepreneurship in India. *South Asian Journal of Global Business Research*, 5(2), 214-233.
- Alizadeh, M., Abbaszadeh, M., Hayati, S. (2015). Study of the Relationship between Social Intelligence and Entrepreneurship Ability of Graduate Students of Tabriz University. *Quarterly Journal of Social Studies and Research in Iran*, 5(3), 368-345. [Persian]
- Boyatzis, R. E., Gaskin, J., & Wei, H. (2015). Emotional and social intelligence and behavior. In *Handbook of intelligence* (pp. 243-262). Springer, New York, NY.
- Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawelek, B. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132-143.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., & Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship: A critique and future directions. *Organization science*, 22(5), 1203-1213.

- Erin, C., Jarrod, O., Suzanne, F., (2018). The study of the relationship between social intelligence with social entrepreneurship and organizational entrepreneurship in small and medium sized companies in the German business community. *Social Enterprise Journal*, 14(2), 130-155.
- Firoozabadi, S., Imani, H., Dabaghi, H. (2018). Rural Women's Cooperatives with Potential for Social Entrepreneurship (Case Study: Mehr Afarin Rural Women's Cooperative -Pakdasht County). *Quarterly Journal of Women in Development and Politics*, 16(1), 173-149. [Persian]
- Frank, H., Lueger, M., & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 227-251.
- Garg, N., Jain, A., & Punia, B. K. (2020). Gratitude, social intelligence, and leadership among university teachers: mediation and moderation analysis. *International Journal of Organizational Analysis*.
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J., & Jaiswal, M. P. (2020). Social entrepreneurship research: A review and future research agenda. *Journal of Business Research*.
- Lefter, V., Prejmerean, M., & Vasilache, S. (2008). The dimensions of organizational intelligence in Romanian companies—a human capital perspective. *Theoretical and Applied Economics*, 10(10), 39.
- Ling, F. C., Singh, J. S. K., & Arumugam, T. (2020). Employee Contextual Performance, Social Intelligence, Spiritual Intelligence: A quantitative study in Malaysia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(2), 968-981.
- Mariacher, N., Schlögl, S., & Monz, A. (2021). Investigating Perceptions of Social Intelligence in Simulated Human-Chatbot Interactions. In *Progresses in Artificial Intelligence and Neural Systems* (pp. 513-529). Springer, Singapore.
- Mirkzadeh, A., Bahrami, M. (2011). The need to pay attention to social entrepreneurship as a basis for sustainability in rural communities. *Journal of Labor and Society*, 134, 47-38. [Persian]
- Moradi, H., Sadeghi, S., Bayati, Y. (2015). The Impact of Social Intelligence on Social Entrepreneurship (Case Study: Basij Managers of Chaharmahal and Bakhtiari Province). *Basij Strategic Studies Quarterly*, 18(69) 152-131. [Persian]
- Mousavi, S., Hamzehzadeh, Z. (2016). Study of the relationship between cultural intelligence and social intelligence with a tendency to entrepreneurship in the directors of sports federations. The second national conference on sports science and physical education in Iran. [Persian]
- Rawhouser, H., Cummings, M., & Newbert, S. L. (2019). Social impact measurement: Current approaches and future directions for social entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 82-115.
- Rezaei, M., Kiakjuri, D., Bozorgi, F. (2018). The Relationship between Social Intelligence and Social Entrepreneurship (Case Study: Employees of Health Insurance Offices in the West of Mazandaran Province). The first national conference on entrepreneurship. [Persian]
- Ryan, G., Spencer, L. M., & Bernhard, U. (2012). Development and validation of a customized competency-based questionnaire. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 19(1), 90-103.
- Sherwat, E., Raghda, E., (2017). Investigating the Impact of Social Intelligence on Entrepreneurship Skills in Japan's Automotive Industry. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 7(3), 324-349,
- Tabatabai, Z., Ojinejad, A., Qaltash, A. (2015). The Relationship between Social Intelligence and Entrepreneurship Skills and Creativity of High School Students in Shiraz. A New Approach in Educational Management, 6(1), 102-85. [Persian]
- Urban, B. (2020). Entrepreneurial alertness, self-efficacy and social entrepreneurship intentions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.