

بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

(مطالعه موردی اداره پست استان مازندران)

سید زمان موسوی میرکلایی^۱

چکیده:

هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در ادارات پست استان مازندران می باشد. روش تحقیق باتوجه به هدف از تحقیق کاربردی و با توجه به نحوه ی گردآوری داده ها از نوع توصیفی و تحلیلی همبستگی است. در این تحقیق برای گردآوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته شده استفاده شده است که شامل ۳۴ سوال می باشد. جامعه آماری ادارات پست استان مازندران بوده که شامل ۱ اداره کل و ۱۷ اداره پست با می باشد که با استفاده از حجم نمونه تعداد ۱۵۰ نفر از کارکنان سطوح مختلف به طور تصادفی از جامعه آماری انتخاب شدند. نتایج حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در ادارات پست استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد. بین ابعاد ساختاری، سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد ولی ابعاد شناختی و رابطه ای در جامعه آماری مورد نظر با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری ندارند، همچنین بین سرمایه اجتماعی و ابعاد کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد و این رابطه از نوع همبستگی مثبت است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه، سرمایه اجتماعی، کارآفرین، کارآفرینی سازمانی

Review:

The purpose of this study is the relationship between social capital and organaizaional entrepreneurship in Mazandaran Post office. The aim of the research is about methodology used and the method of data collection and descriptive analysis of the correlation. In this study, the researchers used questionnaires to collect data which has ۳۴ questions is that the sample size was determined using by the number of ۱۵۰ staffs were selected randomly from the statistical community. Consequence shows that There is significant spatial relationship between the aspects of structural, cognitive and spatial relationship of social capital and process of relationship. There is also a significant relationship between social capital and aspects of entrepreneurial which is a type of positive correlation. The results suggest that There is significant spatial relationship between the aspects of structural, There is not significant spatial relationship between the aspects of cognitive and spatial relationship of social capital and process of relationship. There is also a

^۱ کارشناس ارشد مدیریت دولتی گرایش مدیریت مالی دولتی، seyedzamanmousavi@gmail.com

significant relationship between social capital and aspects of entrepreneurial which is a type of positive correlation.

Keywords: Capital, social capital, entrepreneurship, organizational entrepreneurship

مقدمه

بیان مسئله

امروزه در کنار سرمایه های انسانی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی، یا بعد معنوی یک اجتماع، میراثی تاریخی است که از طریق تشویق افراد به «همکاری» و «مشارکت» در تعاملات اجتماعی، قادر است به حل میزان بیشتری از معضلات موجود در آن اجتماع، فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه شتابان اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... را امکان پذیر سازد. در واقع، سرمایه اجتماعی را می توان در کنار سرمایه های اقتصادی و انسانی، بخشی از ثروت ملی به حساب آورد که بستر مناسبی برای بهره برداری از سرمایه انسانی و فیزیکی (مادی) و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می شود. بدون سرمایه اجتماعی، هیچ اجتماعی به هیچ سرمایه ای نمی رسد، به طوری که بسیاری از گروه ها، سازمان ها و جوامع انسانی، بدون سرمایه اقتصادی و صرفا با تکیه بر سرمایه انسانی و اجتماعی توانسته اند به موفقیت دست یابند، اما هیچ مجموعه انسانی، بدون سرمایه اجتماعی نمی تواند اقدامات مفید و هدفمندی انجام دهد. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی، به زندگی فرد، معنی و مفهوم می بخشد و زندگی را ساده تر و لذت بخش تر می کند. پس به طور کلی می توان گفت: هر چه سرمایه اجتماعی ملتی بیشتر باشد، آن ملت،

قرن جدید شاهد تاکید سازمانها بر نوآوری است این نیاز در پاسخ به چند مشکل پدید آمده است از جمله: بی اعتمادی در روش های سنتی در مدیریت سازمانی، خروج برخی از بهترین و درخشان ترین کارمندان از سازمان به منظور تبدیل شدن به کارآفرینان کوچک و میل کلی به بازدهی و بهره وری. با توجه به اینکه یکی از ویژگی های اصلی کارآفرینان، خلاقیت و نوآوری است، سازمان ها باید توانایی نوآوری خود را ارتقاء بخشند. در مطالعاتی که در مورد کارآفرینی و کارآفرینان صورت میگیرد، همواره این سوال مطرح میشود که لازمه کارآفرینی سازمانی چیست و چگونه می توان آن را در سازمان ها نهادینه کرد و زمینه ظهور آن را در سازمان ها فراهم آورد؟ کارآفرینان در می یابند که اداره کردن محیط ناسازگار در اقتصاد در حال گذر، از طریق شبکه های ارتباطات فردی امکان پذیر است. زیرا که اتصالات بین شبکه ها، دسترسی به اطلاعات و منابع را فراهم میکند. بدین ترتیب تئوری سرمایه اجتماعی به کارآفرینی راه یافته است. مبانی نظری کارآفرینی در سطح سازمان، اهمیت سرمایه اجتماعی را در درک اینکه چگونه سازمان ها شبکه ها را خلق و آنها را مدیریت می کنند، روشن می سازد.

متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نمایند (احمد پور، ۱۳۷۸، ص ۵۷). شرکت پست بستر مناسبی برای بهره‌گیری از فناوری‌های نوین جهت کارآفرینی است. همزمان با شفاف‌تر شدن قوانین تجارت الکترونیک، شرکت پست مقدمات خرید و فروش اینترنتی را با راه‌اندازی بازارهای الکترونیک نموده که منجر به شکل‌گیری شرکت‌های خریدوفروش اینترنتی در این زمینه گردیده که تراکنش مالی آنها سالانه بالغ بر صدها میلیارد تومان می‌باشد. همواره رقابت را به مثابه فرصت برای افزایش کارآفرینی و ارتقای بهره‌وری دانسته و اکنون در آستانه برنامه پنجم توسعه در انتظار حضور کارآفرینان بزرگ در عرصه خدمات پستی است که با حضور رسمی اپراتورهای پستی علاوه بر افزایش سطح کیفی خدمات، با خلق بازارهای جدید پستی و نوآوری‌های جدید شاهد نقش بیش از پیش خدمات پستی علی‌الخصوص شرکت پست جمهوری اسلامی ایران در عرصه کارآفرینی سازمانی باشیم.

خوشبخت‌تر و ثروتمندتر خواهد بود. سرمایه اجتماعی یک ظرفیت، جوهر اجتماعی یا هنجاری غیر رسمی است که همکاری میان افراد و نهادهای یک جامعه را ارتقاء می‌بخشد. هر شبکه اجتماعی، برای دستیابی به اهداف خود، علاوه بر افراد آگاه و با تجربه و امکانات و ابزار مادی، به عوامل مانند: اعتماد، تعهد و مسئولیت‌پذیری و ... هم نیاز دارد که این عوامل، همان سرمایه‌های اجتماعی هستند. حتی یک گروه از خلافکاران (مثل گروهی دزد یا قاچاقچی) هم برای موفقیت در کار خود به سرمایه اجتماعی و هنجارهایی مانند: رفتارهای اخلاقی، قانونمداری، خطرپذیری و اعتماد متقابل در بین اعضای گروه، نیاز دارد. در واقع برای موفقیت دسته‌جمعی در امور غیر قانونی هم، وجود سرمایه اجتماعی شرط است.

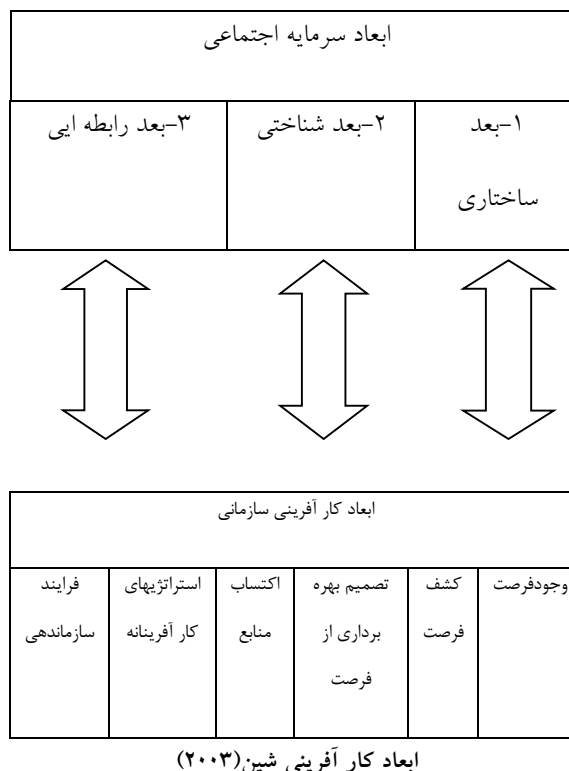
بررسی کارآفرینی در چارچوب ساختارهای احاطه شده اجتماعی، راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار می‌کند، به طوری که توجه را به سمت نکات مبهم و باریک که به آن، دقت نشده است جلب می‌کند؛ یعنی جنبه اجتماعی پدیده اقتصادی-اجتماعی، مانند کارآفرینی درون سازمانی. بیش‌تر تحقیقات صورت گرفته روی کارآفرینی، از نوع تعیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان، و از نوع ساختاری و موقعیت محیطی بوده است که به دلیل عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، یعنی عوامل غیر اقتصادی، مورد انتقاد قرار گرفته است (یولیو، ۲۰۰۴).^۲ کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرآیندی است که در شبکه

مدل مفهومی تحقیق

شده اثر مثبت دارند. تعداد کسب و کارهای موفق که قبلاً راه اندازی شده اند، بر تعداد فرصت های بهره برداری شده نفوذ مثبت دارند. قدرت شبکه های اجتماعی کارآفرینان با دیگر کارآفرینان، مدیران و ذینفعان، بر تعداد فرصتهای بهره برداری شده نفوذ مثبت دارد.

از این رو از این نوشتار می توان نتیجه گرفت که سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در کارآفرینی ایفا می نماید و کارآفرینان برای موفقیت در مسیر کاری و زندگی باید الگوی خاص و متناسبی از سرمایه اجتماعی را با توجه به نوع و ابعاد فعالیت برای خود ترسیم نمایند. ضمناً در این مدل بعد ساختاری: بعد ساختاری سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس های بین افراد دارد، یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید (برت ۱۹۹۲). این بُعد، به سه دسته زیر تقسیم می شود: الف: پیوندهای موجود در شبکه، شامل: وسعت و شدت ارتباطات موجود در شبکه. ب: شکل و ترکیب شبکه، شامل: سلسله مراتب شبکه، میزان ارتباط پذیری و تراکم شبکه. ج: تناسب سازمانی، مثلاً: تا چه اندازه شبکه ایجاد شده برای یک هدف خاص، ممکن است برای اهداف دیگر نیز استفاده شود. بعد شناختی: بعد شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها و تفسیرها و سیستم های معانی مشترک در میان گروه ها هستند (ناهاپیت و گوشال ۱۹۹۸). بعد رابطه ای: بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی به انواع روابط فردی می پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می کنند.

شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸)^۲



امروزه نیاز به کارآفرینی جهت ربودن گوی سبقت از رقبا در عصر تغییرات فزاینده و سریع و یافتن راه های استفاده مناسب و اعتلای آن بیش از پیش احساس می گردد، یکی از عوامل تاثیرگذار در نهادینه کردن و اعتلای کارآفرینی، سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی شبکه هایی را فراهم می کند که کشف فرصت ها از قبیل شناسایی آنها، محل و جمع آوری منابع کمیاب را تسهیل می کند. همچنین سرمایه اجتماعی سودهایی را برای کارآفرینانی که از دامنه اطلاعات و نفوذ همبستگی برخوردارند، فراهم می کند. تعداد فرصت های تشخیص داده بالقوه، بر تعداد فرصت های بهره برداری

^۴ - Burt

^۲ - Nahapiet & Ghoshal

جدول ۱: انواع رویکردهای سرمایه اجتماعی را به صورت خلاصه در جدول ۱ نشان داده شده است .

رویکرد سرمایه اجتماعی	ایده های اصلی	افراد یا گروه‌ها که در این حیطه کار کرده اند
تئوری سرمایه اقتصادی	اطمینان، رفتار مدنی و اجتماعی بودن، شبکه های اجتماعی را تقویت نموده، بر توسعه اقتصادی پایدار کمک می کند	(۱۹۹۴) پوتنام (۱۹۹۷) کناک و کیفر (۱۹۹۸) استیگلیتز
رویکرد مسئولیت اجتماعی و اخلاقی	سرمایه اجتماعی، درجه یکپارچگی و مسئولیت اجتماعی را با توجه به کل جامعه، کنشگران و گروه های آن را روشن می سازد. سرمایه اجتماعی مبتنی بر ارزش ها و نگرشها، مانند اطمینان، همکاری، ایمنی، اصول، اصول اخلاقی و مصالحه می باشد.	کلمن (۱۹۹۰)، نیوتن (۱۹۹۷) چنگ (۱۹۹۷)، کاواچی و همکارانش (۱۹۹۷)، بولن و اونیکس (۱۹۹۸)، جوزف (۱۹۹۸) کورتینا (۲۰۰۰)، بارون (۱) ۲۰۰
ضوابط مدیریت شرکتی	اصول اخلاقی و ضوابط حاکمیت شرکتی تاثیر مثبتی در ایجاد سرمایه اجتماعی، افزایش انسجام و غلبه بر مشکلات بازار دارد.	باس (۱۹۹۷)، سن (۱۹۹۷) زینگالس (۲۰۰۰)، راجان و زینگالس (۲۰۰۰)
سرمایه فکری	سرمایه اجتماعی یکی از اجزای سرمایه فکری بوده، مبتنی بر پاره ای از ارزش ها و شاخص هایی مانند اعتماد، وفاداری، صمیمیت، مصالحه، شفافیت، انسجام، مسئولیت پذیری، درستکاری و اصول اخلاقی است.	ناهایت و گوشال (۱۹۹۶) کوئینینگ (۱۹۹۸)، پروساک (۱۹۹۸)

اهمیت سرمایه اجتماعی در سازمان

پیر بورديو سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از منابع بالفعل و بالقوه ای می داند که حاصل تملک شبکه ای پایدار از روابط کم و بیش نهادینه شده از طریق آشنایی و شناخت متقابل می باشد. او معتقد است سرمایه اجتماعی به منزله ابزار بازتولید فرهنگی عمل می کند و موفقیت های آموزشی نابرابر را توضیح می دهد.

به بیان کلی، وجود گره های اجتماعی بر پایه اعتماد متقابل و هنجارهای مشترک، منجر به ایجاد شبکه های اجتماعی می شود. با تشکیل شبکه های اجتماعی، همکاری بین اعضا شبکه آسان شده و حمایت متقابل اعضای شبکه از یکدیگر شکل می گیرد و یا به عبارت دیگر مبادلات اجتماعی صورت می پذیرد. حمایت اعضا از یکدیگر با اعتماد به اینکه در آینده پاسخ مناسب و مستحق این حمایت را از طرف مقابل دریافت خواهند کرد، ذخیره اجتماعی را برای هر عضو به وجود می آورد که انباشت آن در فرد، در شبکه ها (میان افراد) و در جامعه (میان شبکه ها)، سرمایه اجتماعی را تشکیل می دهد (مویدفر، ۱۳۸۵).

در نهایت طبق تحقیقات به عمل آمده سرمایه اجتماعی می تواند:

- ۱- بر موفقیت حرفه ای تاثیر بگذارد
- ۲- به فرآیند جست و جوی شغلی کارکنان کمک نموده و پورتفالیوی بهتری از کارکنان برای سازمان ایجاد نماید.

سرمایه اجتماعی به صورت میان فردی یا میان سازمانی است. سرمایه اجتماعی فردی در شبکه های ارتباطی میان افراد ایجاد می شود در حالیکه سرمایه اجتماعی سازمانی، ناشی از شبکه های ارتباطی میان سازمان ها است. استون (۲۰۰۱) سرمایه اجتماعی میان فردی را شامل منابع سازمانی موجود در میان شبکه های انسانی می داند که توسط اعتماد و همکاری میان آنان پشتیبانی می شود (الوانی، ناطق، ۱۳۸۶، ص ۴۰). در نتیجه به مجموع منابع بالقوه و بالفعلی که از طریق عضویت افراد در شبکه ها و گروه های اجتماعی در اختیارشان قرار می گیرد سرمایه اجتماعی گفته می شود. در واقع سرمایه اجتماعی ارزشی است که افراد موجود در شبکه های اجتماعی به واسطه وجود هنجارهای فرهنگی مشترک، تعاملات اثربخش، اعتماد متقابل و روابط شخصی میان خود از آن برخوردارند. سرمایه اجتماعی در دل ساختاری از روابط نهفته است و مالکیت آن به صورت جمعی بوده و به یک طرف خاص تعلق ندارد. سرمایه اجتماعی دستیابی به اهدافی که به صورت فردی قابل دسترسی نبوده و یا خیلی پرهزینه خواهند بود را میسر می نماید. مفهوم سرمایه اجتماعی بر منافع بالقوه پیوندهای اجتماعی احاطه دارد (مگدول و بسل، ۲۰۰۳). همچنین آگوئیلرا (۲۰۰۲) معتقد است سرمایه اجتماعی از طریق روابط فرد با افراد دیگر ایجاد می گردد. فیلد (۲۰۰۳) اعتقاد دارد که هر چه مردم بیشتری را بشناسید و با آنان در بینش و نگاه مشترک باشید در سرمایه اجتماعی ثروتمندتر خواهید بود.

برخی از ابعاد سرمایه اجتماعی

در دسته بندی که از ابعاد سرمایه اجتماعی توسط گروه «کِنِدی» در دانشگاه هاروارد، انجام شده، سرمایه اجتماعی را به گونه ها و ابعاد متنوعی تقسیم نموده است:

۱- اعتماد^۵:

اعتماد و لازمه شکل گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی است، اعتماد اجتماعی ایجاد کننده تعاون و همیاری است و فقط در این حالت است که در عین وجود تفاوتها قادر به حل مشکلات و انجام تعهدات اجتماعی می شود. اعتماد اجتماعی برگرفته از عدالت - برابری و امنیت اجتماعی نیز زاینده آنها می باشد. آنتونی گیدنز، اعتماد و تأثیر آن بر فرآیند توسعه را زیربنا و زمینه ساز اصلی در جوامع مدرن می داند، هر جا که سطح اعتماد اجتماعی بالا باشد مشارکت و همیاری مردم در عرصه های اجتماعی بیشتر و آسیب های اجتماعی کمتر است (اکبری، ۱۳۸۳، ص ۱۱).

زومکا که در میان جامعه شناسان معاصر مبحث اعتماد اجتماعی را مورد عنایت ویژه قرار داده؛ معتقد است که توجه به اعتماد اجتماعی ایده جدیدی نیست، بلکه یک جریان چند قرنی است...

بنظر او "برخورداری جامعه جدید از ویژگی های منحصر بفردی چون آینده گرایی؛ شدت وابستگی متقابل، گسترده گی و تنوع جوامع، تزاید نقشها و تمایز اجتماعی، بسط نظام انتخاب، پیچیدگی نهادها و افزایش ابهام، ناشناختگی و تقویت گمنامی، و غریبه بودن

نسبت به محیط اجتماعی، توجه به اعتماد اجتماعی و نقش آن در حیات اجتماعی شاهد رشد نوعی جهت گیری فرهنگ گرایانه که در خود نوعی چرخش از مفاهیم سخت به مفاهیم نرم را دارد. چنین چرخشی زمینه توجه عمیق تر به مفاهیم اعتماد را به دنبال داشته است و در طی دو دهه ی گذشته شاهد موج جدیدی از مباحث مربوط به اعتماد در مفاهیم علوم اجتماعی بویژه جامعه شناسی هستیم (ازکیا و عفاری، ۱۳۸۲، ص ۲۸۰).

الف- اعتماد اجتماعی^۶:

شامل اعتماد به افرادی مانند؛ همسایه، همکار، فروشنده یک فروشگاه، یک هم کیش، پلیس و خلاصه همه کسانی است که در زندگی روزمره با آنها در ارتباط هستیم.

ب- اعتماد میان نژادهای مختلف:

ممکن است سرمایه اجتماعی میان نژادهای مختلف (سیاه، سفید، زرد) بررسی شود و میزان اعتماد نژادها به همدیگر سنجیده شود.

۲- مشارکت سیاسی^۷:

الف- مشارکت سیاسی عادی^۸: این نوع مشارکت را می توان از روی تعداد رأی دهنده، میزان مطالعه و حجم خرید روزنامه ها، اطلاعات شهروندان از مسائل سیاسی روز و ... مورد اندازه گیری قرار داد.

۲۸-Diplomatic colobration

۲۹-common Diplomatic colobration

۳۶- Trust

۳۷-Social Trust

عضویت افتخاری شهروندان در سازمان های غیردولتی خدمات انسان دوستانه و همکاری افراد جامعه با نهادهای خیریه و داوطلبانه، چه به صورت مالی و فکری و صرف وقت، از این قبیل سرمایه های اجتماعی است.

۶- عدالت در مشارکت مدنی:

در برخی جوامع تمایل به سوی افراد متمکن، تحصیلات عالی و نژاد خاصی است و بالعکس در برخی جوامع دیگر، افراد فقیر در اولویت قرار دارند. از آن جا که این عوامل در سلامت جامعه مهم هستند، اندازه گیری میزان تساوی افراد مختلف در مشارکت های اجتماعی، حائز اهمیت است.

۷- تنوع معاشرت ها و دوستی ها:

هر چه فرد با افراد، طبقات و گروه های بیشتر و متعلق به نژادها و مذاهب مختلف در ارتباط باشد و با آنها رابطه دوستی برقرار کرده باشد، به همان اندازه موجب افزایش سرمایه اجتماعی شده است.

در دسته بندی دیگر نارایان و کسیدی علاوه بر ابعاد قبلی دو بعد دیگر را نیز مطرح نمودند که عبارتند از:

۱- ثبات خانواده و حفظ تمامیت آن: مانند بررسی میزان طلاق در جامعه

۲- امنیت و جرم: بررسی میزان قتل در جوانان، بررسی میزان ترس از جرم و جنایت در جامعه (نارایان و کسیدی، ۲۰۰۱).

ب- مشارکت سیاسی نقادانه^۴: ممکن است مشارکت سیاسی عادی یک جامعه در حد پایینی باشد، ولی همین جامعه از لحاظ مشارکت سیاسی نقادانه، سطح بالایی داشته باشد و افراد در فعالیت هایی مثل؛ راهپیمایی ها، تحریم ها، تجمع ها، انقلاب سیاسی و ... حضور فعال داشته باشند.

۳- مشارکت و رهبری مدنی:

الف- رهبری مدنی: نقش رهبری افراد در گروه ها، باشگاه ها، انجمن ها و امور شهر یا مدرسه و دانشگاه و نظایر اینها - که اشکال مختلف مشارکت مدنی هستند - گونه ای از سرمایه اجتماعی است.

ب- مشارکت مدنی: یعنی افراد جامعه تا چه اندازه در انواع گروه های مذهبی، باشگاه های ورزشی، سازمان های جوانان، انجمن های مربوط به والدین، گروه های و مؤسسات خیریه، تعاونی ها و اتحادیه های کارگری، فرهنگسراها و ... فعالیت می کنند.

۴- پیوندهای اجتماعی غیر رسمی:

این بعد، بر خلاف بعد قبلی، به سنجش جنبه های غیر رسمی سرمایه اجتماعی می پردازد، مانند: تعداد دوستان یک فرد، میزان معاشرت فرد با دوستان خود در محیط اداری و خارج از آن، مشارکت در بازی های گروهی، دیدار از فامیل و ...

۵- بخشش و روحیه داوطلبی:

باور این نکته که کارآفرینی یک حوزه تفکر بینا رشته ای است و نظریه ها و تئوری های آن شکل یافته تا به نسل جدید انسان ها در هزاره سوم، نگاه متفاوت، تفکر متفاوت و به عبارت دیگر زیستن متفاوتی را نشان نماید، یک انگاره و تفکر تازه است چرا که در عصر حاضر ادامه حیات و تداوم زندگی در میدان رقابت امکان پذیر می گردد و کسی که در این میدان پیروز باشد می تواند ادامه حیات دهد. فزونی جمعیت، ورشکستگی کسب و کارهای کوچک و متوسط، بحران های شدید اقتصادی، ارتقاء سطح انتظارات مشتریان و . . . همگی مواردی هستند که ادامه حیات و موفقیت در تمام عرصه های زندگی را در دنیای امروزین با رقابت های مستمر مواجهه نموده است و کارآفرینی می تواند راهی برای برون رفت از این معضل بزرگ باشد.

درباره تعریف کارآفرینی و شخص کارآفرین، تعاریف گوناگونی از سوی صاحب نظران ارائه شده بود که با توجه به وسعت سیطره کارآفرینی در رشته ها و علوم مختلف، تنوع تعاریف نیز امری غیر قابل کنترل و ناگزیر است، که در اینجا با اقتباس از گفته هارولد کونتز از واژه جنگل تعاریف استفاده می کنیم. در نتیجه ارائه تعریف کامل و جامعی که بتوان با ارائه آن، اجماع دیدگاه های صاحب نظران را جلب کرد، سخت و گاه غیر ممکن می نماید. در این پژوهش سعی شده است بیشتر از تعاریفی استفاده شود که از دید نگارنده، مفهومی نو و چالشی دارند؛ البته این بدان معنا نیست که این تعاریف برتری به سایر تعاریف داشته یا دارد.

انواع سازمان ها از نظر کارآفرینی

شولر (۲۰۰۷) قابلیت تبدیل هر یک از ابعاد به دیگری را یکی از ویژگی های مهم سرمایه اجتماعی می داند. او برای اثبات ادعای خود به توضیح این نکته می پردازد. که چگونه منابع اجتماعی و انسانی (موجود در خانواده) می تواند تبدیل به سرمایه اجتماعی و از آن طریق سبب افزایش رفاه گردد. همچنین ادعای وی نشان دهنده خاصیت تحرک پذیری منابع برای خلق سرمایه اجتماعی بوده و خاصیت تحرک پذیری در سرمایه اجتماعی وقتی که منابع ساختاری و کارکردی اجتماعی در یک گروه وجود دارد، را نشان می دهد. برای مثال در یک خانواده، تحصیلات والدین می تواند منبع مثبتی برای افراد جوان برای توسعه روابطشان (سرمایه اجتماعی) با دیگر افراد باشد. در بعضی از حالات، همانند زمانی که کمبود منابع اجتماعی ساختاری در خانواده وجود دارد، جوانان قادر نخواهند بود تحرک پذیری کامل برای توسعه منابع خانواده داشته باشند، زیرا آنان در این حالت، توانایی برقراری روابط مثبت با دیگر افراد اطراف خود را نخواهند داشت. در این وضعیت احتمال دارد محدودیت وجود سرمایه اجتماعی افزوده شده و از این طریق سبب ایجاد اثر منفی بر رفاه شود. سرمایه اجتماعی محدود شده همچنین سبب کاهش در سرمایه انسانی، نیز خواهد شد. بدین ترتیب تحرک پذیری در سرمایه اجتماعی می تواند روی منابع انسانی، اجتماعی و رفاه خانوار مؤثر باشد. به طور خلاصه سرمایه اجتماعی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم روی رفاه اثر خواهد داشت.

مفهوم کار آفرینی سازمانی

در همین دهه با راه‌اندازی پست مالی و توسعه و رونق این سرویس اقتصادی پایه‌های تشکیل پست بانک را بنا نهاد. پست با تشکیل آژانس‌های پستی که بعدها الگوی دفاتر خدمات ارتباطی و به تبع آن دفاتر پیشخوان دولت الکترونیک گردید نقش بسزایی را در ایجاد بنگاه‌های کوچک ایفا نمود. همزمان با افزایش دفاتر بخش غیردولتی و گسیل ارائه خدمات سازمان‌های دولتی از طریق دفاتر پستی نظیر بیمه‌های خدمات درمانی و... شکل‌گیری بنیاد تعاون ناجا با الهام از فرآیند تولید و ارائه خدمات پستی منجر به افزایش خدمات قابل ارائه در دفاتر بخش خصوصی گردید که بخشی از آن در دفاتر خدماتی و بخش دیگر در از طریق دفاتری که بعدها تحت عنوان دفاتر پلیس +۱۰ معرفی گردیدند قابل ارائه گردید. همزمان با توسعه دفاتر خدمات ارتباطی و شکل‌گیری دفاتر پلیس +۱۰ سازمان‌های دیگر نیز با الهام از کارآفرینی سازمانی شرکت پست جمهوری اسلامی ایران و سایر شرکای تجاری پست، اقدام به ارائه خدمات از طریق راه‌اندازی دفاتر خدمات الکترونیک نمودند که از آن جمله می‌توان به عملکرد خوب شهرداریها و سازمان خدمات درمانی و... اشاره نمود.

پیشینه تحقیق

بررسی پیشینه عبارتست از بازنگاری جامع آثار انتشار یافته یا نیافته از نوع منابع دست دوم در زمینه‌های مورد علاقه محقق. به بیان دیگر نه تنها محقق را یاری می‌دهد تا تمام متغیرهای مربوط را در پژوهش خود بگنجانند بلکه پایه‌های ایجاد یک چارچوب نظری جامع را که از محل فرضیه‌هایی برای آزمودن به دست می‌آید را مهیا می‌سازد (سکاران، ۱۳۸۵).

تئودور هربرت و دبورا برازل در سال ۱۹۹۲، طی ارائه جدولی به انواع سازمان‌ها از نظر کارآفرینی پرداخته‌اند که به صورت زیر می‌باشد:

جدول ۲: انواع سازمان‌ها از نظر کارآفرینی (تئودور و دبورا، ۱۹۹۲)

سطح کارآفرینی	وجود ندارد	پایین	متوسط	بالا
نوع سازمان	شرکت	سازمان	سازمان	سازمان
	تحت چالش کارآفرینانه	تصادفی	متماثل به کارآفرینی	کارآفرین

نقش پست در کارآفرینی سازمانی

شاید به جرات می‌توان گفت ادارات پست در جهان یکی از پیشگامان کارآفرینی سازمانی هستند نقش شرکت پست جمهوری اسلامی ایران در کارآفرینی در بعد ملی و بین‌المللی بسیار حائز اهمیت است پست همواره از قدیم‌الایام مورد توجه حکومت‌ها بوده است. پست خواستگاه بنگاه‌های اقتصادی بزرگی چون مخابرات و پست بانک می‌باشد. ورود جدی پست به عرصه کارآفرینی سازمانی به دهه ۷۰ برمی‌گردد که با تصویب مصوبه ۳۵۲۰ شرکت پست سعی در انجام خدمات نیابتی داشته و با این هدف مهم اولین گام را در انجام خدمات خودرویی با تعامل موثر با فرماندهی محترم ناجا با تاسیس شرکت خدمات خودرویی که شرکت واسط شرکت پست و نیروی انتظامی بود آغاز نمود.

۱- تحقیقات داخلی

سرمایه ساختاری از سایر ابعاد مهم تر است و شرکتها برای اینکه بتوانند

روح آفرینی را در سازمان خود بیفزایند ابتدا باید به ساختار مناسب کار آفرینی توجه کنند.

نتایج پژوهش آقای سید عابد رضایی در سال (۱۳۸۷) با عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در مسیر پیشرفت شغلی" نشان می دهد

که، مفهوم سرمایه اجتماعی رابطه ی عمیقی با محیط کار دارد و ممکن است اهمیت بیشتری از سرمایه انسانی در دستیابی به منافع سازمانی اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی^{۱۱} به این نتیجه رسیده است که بین داشته باشد. مزایای سرمایه اجتماعی که در قالب کاهش هزینه های ابعاد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی رابطه معنی داری جابجایی، بهبود^{۱۰} تسهیم اطلاعات، افزایش اعتماد در سازمان، ثبات^{۱۱}، وجود دارد.

اهداف مشترک و ... نمایان می شود، منافع فراوانی به فرد، گروه و سازمان می رساند. در نتیجه در عصر حاضر یکی از ضروری ترین مهارت های انسانی، مهارت کسب و ایجاد سرمایه اجتماعی است چرا که سرمایه اجتماعی غنی هم باعث کامیابی شغلی و سازمانی افراد می گردد هم به زندگی فرد معنی و مفهوم می بخشد.

نتایج پژوهش آقایان رحمت الله قلی پور، مهرداد مدهوشی و وحید

امیری و رحمانی (۱۳۸۵) برای بررسی نحوه تاثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر رشد اقتصادی آن را به دو گروه سرمایه اجتماعی درون گروهی و برون گروهی طبقه بندی کردند بر اساس نتایج با افزایش یک واحد عضویت افراد در انجمن ها و گروه ها رشد اقتصادی ۰/۱۲ واحد افزایش داشته است. متغیر سرمایه اجتماعی درون گروهی نیز اثر منفی و

جعفریان در سال (۱۳۸۷) با عنوان "تحلیل رابطه و تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی" نشان می دهد، رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. از این رو می توان عنوان داشت که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه ی مستقیمی برقرار است و افزایش یا کاهش سرمایه های اجتماعی تاثیر مستقیم بر افزایش کارآفرینی سازمانی خواهد داشت.

آذری (۱۳۸۵) تاثیر سرمایه اجتماعی را بر عملکرد اقتصادی بررسی کرده است بر اساس نتایج این تحقیق اعتماد اثر مثبتی بر عملکرد اقتصادی داشته و توضیح دهنده ی بخشی از کارایی کل عوامل تولید بوده است. قلیچ لی (۱۳۸۵) در مقاله خود تحت عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان" در دو شرکت خودرو سازی ایرانی پرداخته است و در این مقاله به اهمیت سرمایه اجتماعی در خلق و تسهیم دانش پرداخته و در نهایت بدین نتیجه رسید که در دو شرکت خودرو سازی بین سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد؛ به عبارت واضح

نتایج پژوهش سید مهدی الوانی، مونا عبدالله پور در سال (۱۳۸۷) با عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در کار آفرینی سازمانی نیز نشان میدهد رابطه معنی داری بین ابعاد سرمایه اجتماعی و کار آفرینی سازمانی وجود دارد و در میان سه بعد سرمایه اجتماعی-ساختاری، رابطه ای و شناختی-

^{۱۱} -Reliability

^{۱۰} -Recovery

همچنین نشان داده شد منافع شبکه اجتماعی به طور عمده از آن کارآفرینانی هست که قادرند شبکه ای متنوع تر و گسترده تر را ترتیب دهند. در غیر این صورت مردم به جای تعقیب منافع احتمالی شبکه متنوع، تحت شرایط عقلانیت محصور کار می کنند و به روال همیشگی وابسته شده و درون روابط همانند فرو خواهند رفت.

بگلسدیک و شیک^{۱۲} (۲۰۰۵) با مطالعه مقطعی ۵۴ ایالتی در اروپا، رابطه ی بین سرمایه اجتماعی و رشد اقتصادی را برای دوره زمانی ۱۹۹۰-۱۹۵۰ بررسی کردند. بر اساس برخی از نتایج رابطه معناداری بین رشد اقتصادی محله ها و اعضای فعال گروه ها وجود داشته است.

نتایج پژوهش ساپاریتو و ماری^{۱۳} در سال (۲۰۰۶) با عنوان "سرمایه اجتماعی، شناخت و فرصت های کارآفرینانه یک چهار چوب نظری" نشان می دهد که چگونه از طریق سرمایه اجتماعی و شناخت، تعامل و نفوذ برای بهره برداری از فرصت ها پیدا می کنند و برای این منظور مقاله بر روی ایده های نظریه شناخت اجتماعی برای توضیح این موضوع که چگونه رفتار (بهره برداری از فرصت ها) نتیجه فعل و انفعالات میان محیط (سرمایه اجتماعی شبکه) و عوامل شخصیتی (تعصبات شناختی و درک ریسک)، تکیه می کند. نظریه "شناخت اجتماعی" استدلال می کند که محیط های اجتماعی نقش محوری در شکل دادن به شناخت افراد و در نهایت رفتار، بازی می کنند، به این معنا که شناخت فردی سرچشمه در زندگی اجتماعی افراد، تعاملات انسانی و ارتباطات دارد. هر تعصب

تر با افزایش سرمایه اجتماعی سرمایه فکری در ابعاد انسانی، ساختاری و رابطه ای افزایش یافته است.

عزیزی (۱۳۸۲) در بررسی زمینه های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان سال آخر کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی نتیجه گرفته است که بین متغیرهای اعتقاد به کنترل درونی، انگیزه پیشرفت، ریسک پذیری، استقلال طلبی، و خلاقیت دانشجویان با کارآفرینی آنان رابطه معناداری وجود دارد. صدیقه خورشیدی (۱۳۹۱) مطالعه تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی نشان داد که ابعاد ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی بر بعد ارتباطی آن تاثیر معناداری دارد. حسن محمودی (۱۳۹۰) در پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد با عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی با اجرای مدیریت دانش رابطه معنی داری و مثبتی دارد

۲- تحقیقات خارجی

در نتایج پژوهش آقایان فلیپ کیم و هاوارد آلدریچ در سال (۲۰۰۵) با عنوان "سرمایه های اجتماعی و کارآفرینی" نشان می دهد، اصول و مفاهیم شبکه ی اجتماعی از طریق سه عامل ذیل قابل بررسی می باشند؛

الف- شبکه های اجتماعی متمایل به همانندی اند.

ب- روابط به لحاظ شدت و فاصله به یکدیگر متفاوت اند.

ج- افرادی هستند که مردم بیشتر دلشان می خواهد با آنها در مراوده باشند.

^{۱۲} - Marie & Saporito

^{۱۳} - Beugelsdijk and Schaik

نتایج پژوهش هونیک و دویدسون^{۱۴} در سال (۲۰۰۳) با عنوان "نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در میان کارآفرینان نوپا" نشان می‌دهد که، شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰) استدلال می‌کنند که پژوهش کارآفرینی باید به پدیده "مراحل اولیه" مانند اینکه چگونه فرصت‌ها شناسایی می‌شوند و یا سازمان جدید چگونه بوجود می‌آید، بپردازد. شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰) تاکید می‌کنند که کارآفرینی شامل دو فرایند مربوط به کشف فرصت‌های کارآفرینانه و بهره‌برداری از آن فرصت‌ها، است.

پژوهش فوق این دیدگاه را پیروی می‌کند. بعضی از فرایندهای اجتماعی ممکن است توانایی شناخت یا بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش دهند. یافته‌های این مطالعه از نقش تحصیلات رسمی و همچنین داشتن تجربه قبلی راه‌اندازی کسب و کار در پیش‌بینی‌ای که در میان قطعه‌ای از جمعیت عمومی انجام شد، حمایت می‌کند. در مقابل به نظر نمی‌رسد که داشتن تحصیلات رسمی به عنوان عاملی در تعیین موفقیت در فرایند بهره‌برداری یا در فعالیت‌های در طول زمان شکل‌گیری و یا در پیش‌بینی‌های فروش اولیه یا سرمایه‌گذاری سودآور، باشد. یافته‌ها نشان می‌دهد، کارآفرینان به توسعه و ارتقاء شبکه‌ها به ویژه روابط بین‌شرکتی و داخلی شرکتی با توجه به تغییرات سریع و پیشرفت‌های فناوری‌های ارتباطی و افزایش امکان‌ها به کارآفرینان به صورت خودکفا، محیط‌های جدا از هم، توجه دقیق به ارتقا و توسعه اجتماعی، شبکه و قابلیت‌های مربیگری توجیه خواهند شد.

شناختی ممکن است باعث شود که کارآفرین میزان توجه به خطر (ریسک) را دست‌کم بگیرد و منجر به شکست در سرمایه‌گذاری شود. سرمایه اجتماعی از جای‌داده شدن در اشکال شبکه، فرایند‌های شناخت کارآفرین‌ها و در نهایت رفتار آنها بدست‌آمده است. این مدل حاکی از اهمیت ارتباطات شبکه‌ای بر تقلید و پیشرفت ایده‌های جدید بوده و یک تلاش برای جستجو و تعیین روابط میان ابعاد خاص سرمایه اجتماعی و شناخت فرصت‌های کارآفرینانه است و هیچ مفروضاتی را که پیش‌بینی آن‌ها منجر به سرمایه‌گذاری‌های موفقیت‌آمیز شود را ارائه نمی‌دهد. و تاثیر عوامل و فرایند‌های مختلف مانند نوع جستجوی اطلاعات یا توسعه طرح کسب و کار میان ادراک خطر و بهره‌برداری از فرصت‌ها را بررسی می‌کند. عوامل روانشناختی و جمعیت شناختی در پیش‌بینی‌های این مدل از رفتار کارآفرینانه گنجانده نشده‌اند. بنابراین سرمایه اجتماعی و شناخت ممکن است مانع دستیابی به فرصت‌های کارآفرینانه شود. همچنین عواقب منفی نیز از سرمایه اجتماعی وجود دارد. برای مثال شبکه‌های با ساختارهای چاله‌ای ممکن است اطلاعات مفید را به عمل آورده و منافع قدرت را از بین ببرند و لازم است که کارآفرینان از پتانسیل موجود در مورد تعصبات و عوامل تحریک‌کننده آن تعصبات آگاه‌تر باشند و توجه بیشتری به انواع و منابع دریافت اطلاعات و نیز ارزیابی این اطلاعات داشته باشند و با توجه به مدل ارتباطات متنوع در داخل و خارج سازمان شانس فرد را برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید را افزایش می‌دهد.

^{۱۴} - Davidsson & Honig

جدول ۳: خلاصه از تحقیقات انجام شده (محقق مستخرج از مبانی نظری)		
۲۰۰۸	با عنوان "قصد کارآفرینی، سرمایه اجتماعی شناختی و فرهنگ: تحلیل تجربی در اسپانیا و تایوان" نشان می دهد نظریه یادگیری اجتماعی (بندورا، ۱۹۷۷) امکانات جدید را برای درک بهتر نقش روابط اجتماعی در فرایندهای خلق، قصد و تشخیص فرصت بوجود آورده است	لینان وهمکاران
۱۳۸۷	"تحلیل رابطه و تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی" نشان می دهد، رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.	رحمت اله قلی پور مهرداد مدهوشی وحید جعفریان
۱۳۸۷	با عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در کار آفرینی سازمانی نیز نشان میدهد رابطه معنی داری بین ابعاد سرمایه اجتماعی و کار آفرینی سازمانی وجود دارد	مونا عبدالله پور
۱۳۸۹	اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی نشان می دهد که سرمایه اجتماعی نس نسبت به سرمایه های فیزیکی نقش بسیار مهمتری را در سازمانها وجوامع ایفا ایفامیکنند	تورج حسنزاده سید محمد مقیمی
۱۳۹۰	تعیین رابطه سرمایه اجتماعی با کار آفرینی نشان داده که رابطه معناداری بین ابعاد سرمایه اجتماعی و کار آفرینی وجود دارد	سید عرفان حسینی
۱۳۹۰	"بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی ومیزان اجرای مدیریت دانش" نشان میدهد بین ابعاد شناختی وساختاری ورابطه ای سرمایه اجتماعی و اجزای مدیریت دانش رابطه معنی داری وجود دارد	محمد حسین دبانی ومهری پریخ وحسن محمودی
۱۳۹۱	مطالعه تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی نشان می دهد که سرمایه اجتماعی ساختاری وشناختی بر سرمایه اجتماعی ارتباطی تاثیر معناداری دارد.	صدیقه خورشیدی

تحلیل یافته ها :

نتیجه گیری

جدول ۴: نتایج آزمون اسمیرنوف- کولموگروف

تحلیل یافته های پژوهشی مربوط به سؤال اول پژوهش:

رابطه بین سرمایه اجتماعی و کار آفرینی سازمانی چگونه است؟ بررسی نتیجه فرضیه اهم به ما نشان می دهد که ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و کار آفرینی سازمانی برابر ۰/۲۱۴ است و سطح معنی داری بین این دو متغیر ۰،۰۰۹ می باشد که از این مهم می توان نتیجه گرفت که رابطه مثبت و معنا دار بین سرمایه اجتماعی و کار آفرینی سازمانی وجود دارد.

آشنا (۱۳۸۵) در پژوهش خود خود تحت عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی" بدین نتیجه رسیده است که با میزان همبستگی تقریباً ۰/۴۰ رابطه معنی دار بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی وجود دارد. حسینی (۱۳۹۰) در پژوهش خود تحت عنوان "تعیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی" به این نتیجه دست یافته است که با ضریب همبستگی ۸/۵۵۹ رابطه معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. نتایج پژوهش عبدالله پور (۱۳۸۷) تحت عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی" نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی است. تحلیل یافته های پژوهشی مربوط به سوال دوم پژوهش:

چه ارتباطی بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و عناصر کار آفرینی سازمانی وجود دارد؟

بررسی نتیجه فرضیه اول تحقیق به ما نشان می دهد که همبستگی بین بعد ساختاری و متغیرهای کشف فرصت، تصمیم بهره برداری

متغیر	تعداد n	مقدار K- S	مقدار P	نتیجه نرمال / غیر مال بودن توزیع
سرمایه اجتماعی	۱۵۰	۱،۳۸۴	۰،۰۷۲	نرمال
فرایندهای کار آفرینی	۱۵۰	۱،۵۷۸	۰،۰۵۱	نرمال
بعد ساختاری	۱۵۰	۵،۳۴۳	۰،۰۰۰	غیر نرمال
بعد شناختی	۱۵۰	۵،۳۴۳	۰،۰۰۰	غیر نرمال
بعد رابطه ای	۱۵۰	۵،۵۸۷	۰،۰۰۰	غیر نرمال
وجود فرصت	۱۵۰	۵،۲۶۱	۰،۰۰۰	غیر نرمال
کشف فرصت	۱۵۰	۵،۹۳۷	۰،۰۰۰	غیر نرمال
تصمیم بهره اری از فرصت	۱۵۰	۵،۸۶۲	۰،۰۰۰	غیر نرمال
اکتساب منابع	۱۵۰	۵،۳۸۷	۰،۰۰۰	غیر نرمال
استراتژیهای کار آفرینانه	۱۵۰	۶،۴۴۱	۰،۰۰۰	غیر نرمال
فرایند سازماندهی	۱۵۰	۴،۳۳۹	۰،۰۰۰	غیر نرمال

تحلیل یافته‌های پژوهشی مربوط به سوال سوم پژوهش:

چه ارتباطی بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و عناصر کار آفرینی سازمانی وجود دارد؟

بررسی نتیجه فرضیه دوم تحقیق به ما نشان می‌دهد که همبستگی بین بعد شناختی و متغیرهای وجود فرصت و کشف فرصت، با فرآیند سازماندهی وجود دارد و همبستگی این متغیرها با بعد ساختاری به ترتیب برابر ۰/۱۸۵، ۰/۳۶۶ است. بعد شناختی ارتباط مثبت و معنی داری با متغیرهای وجود فرصت و کشف فرصت دارد و بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و فرایندهای کار آفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود ندارد. نتایج پژوهش حسینی (۱۳۹۰) تحت عنوان "تعیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی" نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی با ضریب همبستگی ۷/۷۹۷ است. این بعد در رابطه با پدیده‌هایی نظیر ارزش‌ها، نگرش‌ها، اهداف موجود در سیستم می‌باشد. افرادی که در روابط خود از مواردی که گفته شد استفاده بیشتری داشته باشند می‌توانند خلاقیت، نوآوری و در نهایت کارآفرینی داشته باشند. که با نتیجه تحقیق حاضر همخوانی ندارد.

آشنا (۱۳۸۵) در پژوهش خود تحت عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی" بدین نتیجه رسیده است که با میزان همبستگی تقریباً ۰/۲۸ رابطه معنی دار بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی وجود دارد. که با نتیجه تحقیق حاضر همخوانی ندارد.

تحلیل یافته‌های پژوهشی مربوط به سوال چهارم پژوهش:

از فرصت، استراتژی‌های کارآفرینانه و فرآیند سازماندهی وجود دارد و همبستگی این متغیرها با بعد ساختاری به ترتیب برابر ۰/۳۶۲، ۰/۱۶۹، ۰/۲۴۵- و ۰/۱۶۰- است. بعد ساختاری ارتباط مثبت و معنی داری با متغیرهای کشف فرصت و تصمیم بهره برداری از فرصت دارد. و با متغیرهای استراتژی‌های کارآفرینانه و فرآیند سازماندهی ارتباط منفی و معنی داری دارد که از طریق تئوری توازن قابل توجیه است و می‌توان گفت که بعد ساختاری با اکثریت فرآیندهای کارآفرینی سازمانی رابطه دارد.

نتایج پژوهش حسینی (۱۳۹۰) تحت عنوان "تعیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی" نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی است. بعد ساختاری در رابطه با روابط شخصی گرم و میزان ارتباطات کاری خوب و زیاد ساختار ارتباطی تسهیل کننده از جمله تیم‌ها می‌باشد چرا که داشتن ساختار سازمانی مناسب در تصمیم‌گیری و انجام دادن کار بصورت گروهی موجب ایده‌آوری و نوآوری در موسسات و در نهایت کارآفرینی افراد می‌شود. آشنا (۱۳۸۵) در پژوهش خود تحت عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی" بدین نتیجه رسیده است که با میزان همبستگی تقریباً ۰/۳۶ رابطه معنی دار بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی وجود دارد.

نتایج پژوهش عبدالله پور (۱۳۸۷) تحت عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی" نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی است. شرکت‌ها برای اینکه بتوانند روح کارآفرینی را در سازمان خود بیافرینند، ابتدا باید به ساختار مناسب کارآفرینی توجه کنند.

این مسأله گویای این است که اگر سازمان مورد نظر، دارای بعد شناختی سرمایه اجتماعی بهتر و مناسبتری باشد، کارآفرینی درون سازمانی بهتر و بیش تر صورت می گیرد. به طور کلی از آن جا که مقدار این روابط در عوامل مرتبط با آن به بهبود در کارآفرینی درون سازمانی منجر می شود؛ و برعکس، هرگونه کاهش در سرمایه اجتماعی و عوامل مرتبط با آن به کاهش در کارآفرینی درون سازمانی منجر می شود. بنابراین، بایستی جهت بهبود سرمایه اجتماعی و ابعاد مرتبط با آن راهکارهایی ارائه نمود، که متعاقباً آورده شده است.

منابع فارسی

- ع، آذر، م. مؤمنی، (۱۳۸۳) "آمار و کاربرد آن در مدیریت"، جلد اول، چاپ دهم، تهران، انتشارات سمت.
- م. آشنا، و ع. منوریان، (۱۳۸۵)، "بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی"، فرهنگ مدیریت، شماره ۱۴.
- م. احمدپور داریانی، (۱۳۷۸) "کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها"، پردیس، ۵۷.
- م. احمدپور داریانی، (۱۳۷۸)، کارآفرینی ضرورت توسعه، نشریه تدبیر، شماره ۹۵.
- م. احمدپور داریانی، (۱۳۸۷)، مبانی کارآفرینی، تهران، انتشارات فراندیش، چاپ پنجم.
- ع. احمدی، کارآفرینی مستقل و کارآفرینی سازمانی، ضرورت توسعه کارآفرینی، نشریه صنایع الکترونیک، شماره ۴.

چه ارتباطی بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و عناصر کارآفرینی سازمانی وجود دارد؟
 بررسی نتیجه فرضیه سوم تحقیق به ما نشان می دهد که همبستگی بین بعد رابطه ای و متغیرهای وجود فرصت و کشف فرصت، با فرآیند سازماندهی وجود دارد و همبستگی این متغیرها با بعد ساختاری به ترتیب برابر ۰/۲۴۹، ۰/۴۴۱ است. بعد شناختی ارتباط مثبت و معنی داری با متغیرهای وجود فرصت و کشف فرصت دارد. همچنین جدول نشان می دهد که بعد رابطه ای با سایر فرایندهای کارآفرینی رابطه ای ندارد یعنی بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و فرایندهای کارآفرینی سازمانی رابطه معنا داری وجود ندارد.

نتایج پژوهش عبدالله پور (۱۳۸۷) تحت عنوان "نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی" نشان دهنده وجود رابطه معنی دار بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی است. بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی به روابط توأم با اعتماد است که افراد در طول تعاملات خود استفاده میکنند اعتماد باعث پیوند های قوی میشود و این پیوندها به نوبه ی خود تبادل اطلاعات را تسهیل میکنند.

آشنا (۱۳۸۵) در پژوهش خود تحت عنوان "بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی" بدین نتیجه رسیده است که با اطمینان ۰/۹۹ رابطه معنی دار بین بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی در جامعه آماری مورد نظر وجود دارد. این دستاورد با نتیجه تحقیق حاضر همخوانی ندارد.

۱. غلامیان، ع.ر. ویسی، (۱۳۸۶)، فرهنگ کارآفرینی سازمانی، نشریه تدبیر، شماره ۱۸۸.
۲. الوانی (۱۳۸۵)، مدیریت عمومی، تهران: انتشارات نی، چاپ بیست و هفتم.
۳. الوانی، ح. دانایی فرد (۱۳۸۰) "مدیریت دولتی و اعتماد عمومی"، دانش مدیریت، شماره ۵۵.
۴. الوانی، م.ع. نقوی (۱۳۸۰)، "سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه ها"، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۳ و ۳۴، ص ۲۶.
۵. امانی نژاد، (۱۳۸۳)، کارآفرینی در ساختار سازمانی مناسب، عامل توسعه سازمان، نشریه مدیریت، شماره ۱۹، ۹۰.
۶. ایمانی پور، (۱۳۸۷)، الگوهای تصمیم گیری کارآفرینی، تهران، مرکز آموزش های الکترونیکی دانشگاه تهران.
۷. باستانی پور مقدم (۱۳۸۵)، کارکنان خود را نگهدارید، روزنامه همشهری، شماره ۴۱۴۷.
۸. برهان یزدان، (۱۳۸۳)، "بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در ایران طی دوران پس از انقلاب" پایان نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه الزهراء، تهران
۹. بیکر، واین ۱۳۸۲، "مدیریت و سرمایه اجتماعی"، ترجمه دکتر سید مهدی الوانی و دکتر محمد رضا ربیعی مندجین، تهران، سازمان مدیریت صنعتی.
۱۰. بیگدلو، ا. مصطفوی، (۱۳۸۲)، "کارآفرینی سازمانی از دیدگاه مدیریت استراتژیک"، نشریه کارآفرین، شماره ۲۸.
۱۱. پیراسته فرد، (۱۳۸۲)، موانع نوآوری در سازمان، نشریه توسعه مدیریت، شماره ۳۲.
۱۲. ع حسینی، (۱۳۹۰)، "تعیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه سنندج.
۱۳. سکاران واوما (۱۳۸۱)، "روش تحقیق در مدیریت"، ترجمه محمد صائبی و شیرازی، چاپ اول، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۱۴. صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲)، سازمان های کارآفرین، تهران، انتشارات موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی، چاپ دوم.
۱۵. م.ع محمدی، محمدعلی (۱۳۸۴)، "سرمایه اجتماعی و سنجش آن" دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی، تهران.
۱۶. حسن زاده، ت.مقیمی، مطالعات مدیریت راهبردی، پاییز ۱۳۸۹
۱۷. پایان نامه بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و اجرای مدیریت دانش، حسن محمودی-دانشگاه فردوسی مشهد-۱۳۹۰
۱۸. خورشیدی، (۱۳۹۱) مطالعه تاثیر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی کارکنان-فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، بهار ۱۳۹۱