

«مدیریت بهره‌وری»

سال نهم - شماره 36 - بهار 1395

ص ص 140 - 125

تاریخ دریافت مقاله: 93/07/12

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: 94/06/21

الگوی روابط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان

ژاله شکرالهی¹
دکتر فریبا کریمی^{2*}

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی «روابط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان» پرداخته است. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه مورد مطالعه، کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان به تعداد 420 نفر بودند که با استفاده از جدول نمونه‌گیری کرجسی و مورگان (1970) تعداد 200 نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب گردید. ابزارهای اندازه‌گیری، پرسشنامه‌های سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (1998)، مدیریت دانش فونگ و چوی (2009)، کارآفرینی صمد آقایی (1378) بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن شناختی، ساختاری، ارتباطی با گرایش‌های کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. بین مدیریت دانش و تعدادی از ابعاد آن از جمله کسب، خلق، ذخیره، توزیع دانش با گرایش‌های کارآفرینانه رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد. نتایج معادلات ساختاری نشان داد که سرمایه اجتماعی بر گرایش‌های کارآفرینی تأثیر مستقیم با ضریب 0/52 و غیرمستقیم از طریق مدیریت دانش با ضریب 0/19 داشته است.

واژه‌های کلیدی:

سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش، گرایش‌های کارآفرینی، صنایع کاشی اصفهان

¹ - کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

² - عضو هیات علمی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحداصفهان (خوراسگان) (نویسنده مسؤول) faribakarimi2005@yahoo.com

مقدمه

امروزه تغییر و تحولات سریع در جوامع، به خصوص پدیده جهانی شدن در ابعاد مختلف آن مشاهده می‌شود که این امر باعث شده است که سازمان‌ها همواره به دنبال تحول سازمانی باشند و از طرفی جامعه نیز وارد مرحله جدیدی از توسعه گردد در این راستا، موضوع سرمایه اجتماعی به عنوان یک اهرم توفیق‌آفرین نقش بسیار مهم‌تری از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان و جامعه دارد و می‌تواند بستری مناسب برای اثربخش بودن سازمان‌ها به وجود آورد. سرمایه اجتماعی همچون شریانی است که اعتماد شبکه اجتماعی را به درون سازمان انتقال می‌دهد، و از این رهگذر سبب تحقق اهداف سازمان و خلق مزیت رقابتی و بقای آن می‌شود (دانچو¹، 2006). سرمایه اجتماعی برای استحکام اجتماعات بسیار مهم است. در گذشته، بسیاری از اجتماعات سرمایه اجتماعی را به عنوان شالوده و اصل در سازمانهای خود پذیرفته بودند و سرمایه اجتماعی نه تنها به عنوان تنها شبکه امنیت اجتماعی، بلکه به عنوان حمایت اجتماعی نیز عمل می‌کرد که به صورت آشکاری در اجتماعات با کفایت اقتصادی نشان داده شده است (امورسیرفونگ و پیمیات²، 2012). هسته اصلی سرمایه اجتماعی ارزش شبکه‌های اجتماعی برای اشخاص و جامعه می‌باشد (الگار و همکاران³، 2011).

برای سرمایه اجتماعی سه بعد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی در نظر گرفته می‌شود (فقیهی و فیضی، 1385). عوامل ساختاری سرمایه اجتماعی به وجود سیستم مطلوب کاری، تشکیل گروههای کاری، انتخاب مناسب افراد در امور مختلف اشاره دارد. عوامل رابطه‌ای مؤلفه‌هایی چون همدلی، رازداری، صداقت، فروتنی در سازمان، بالا بودن آستانه تحمل در افراد و ارج نهادن به نیکوکاری را در بر می‌گیرد. عوامل شناختی سرمایه اجتماعی نیز در بر گیرنده توجه به اهداف سازمان، وجود فرهنگ سازمانی قوی و انتقال تجارب کاری در بین افراد است (نصراصفهانی و همکاران، 1390). افراد با سرمایه اجتماعی بالا بیشتر احتمال دارد که به همکاران قابل اعتماد نزدیک شوند تا آنهایی که فاقد این سرمایه هستند. گروه اول بیشتر از گروه دوم احتمال دارد که از دیگران طلب کمک و دانش کرده و در نتیجه هزینه‌های آموزش را برای به دست آوردن مهارت تخصصی در زمینه کار کاهش دهند و نهایتاً دانش و مهارت شغلی خود را در زمان

¹ -Danchev

² -Aiemmornsiriphong & Piemyat

³ -Elgar et al .

کوتاه تری بهبود بخشند. این امر، بر طرز برخورد (رفتار) اشخاص و یا وابستگی های روانی آنها نسبت به سازمان (مثل، تعهد سازمانی، اعتماد) تأثیر می گذارد (پنلین¹، 2011). از طرفی جهان امروز، در حال ورود به اقتصاد دانش محور است. در این اقتصاد، مدیریت دانش و سرمایه های فکری جزو مهم ترین دارایی های سازمانی محسوب می شوند و موفقیت سازمان ها عمدتاً ریشه در قابلیت های فکری آنها دارد (فاین و ترگایر²، 2008). چنانچه سازمانی بتواند تعاملات اثربخش را در میان کارکنان خویش در داخل گروهها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، احتمال خلق دانش جدید در سازمان، انتقال و تبادل دانش میان افراد سازمان و در نتیجه مدیریت اثربخش دانش سازمانی نیز بیشتر خواهد شد (چوی و همکاران³، 2008).

مدیریت دانش یک فرآیند ساختارمند، برای خلق، کسب، تسهیم، انتقال و به کارگیری دانش ضمنی و عینی به عنوان دارایی سازمانی برای تشویق نوآوری است (کینگ و چونگ⁴، 2008). مدیریت دانش سازمانی، عادتها و عملیات عادی و روزمره را متحول کرده است، درست مانند تغییری که تحصیل در افکار و فرهنگ ایجاد می کند. با طراحی و سازماندهی فرآیند مدیریت دانش می توان دانش ضمنی، مهارت ها و جریان کاری را به رویه ها، استانداردها و تحلیل محتوای مستندسازی شده منتقل کرد و بستری برای ایجاد رقابت، مزیت رقابتی و توسعه پایدار فراهم نمود (چنگ و همکاران⁵، 2009). مدیریت دانش را می توان به عنوان تسهیل کننده فرآیند توسعه محصول جدید در نظر گرفت. امروزه نوآوری و سرعت تحویل محصولات به بازار در موفقیت کسب و کار ضروری است و به طور فزاینده ای در آینده سازمان حیاتی خواهد بود. دارایی های ناملموسی که ارزش زیادی به این فعالیت ها اضافه می کنند، دارایی های دانش محور هستند. بسیاری از محققان توسعه محصول جدید را به عنوان یک فرآیند متمرکز بر دانش معرفی کرده اند که با رشد فزاینده پیچیدگی محصولات و فناوری ها فرآیند توسعه محصول جدید به دانش ضمنی و عینی مؤثر و مدیریت این دانشها احتیاج مبرم دارد (یانگ و لیو⁶، 2006). تغییر سریع فناوری و کوتاه شدن چرخه حیات محصولات،

¹ - Peng Lin

² - Finn & Torgeir

³ - Choi et al

⁴ - King & chung

⁵ - Chang et al.

⁶ - Yang & Liu

باعث شده است تا شرکت‌ها نوآور بوده و ایده‌ها، محصولات و فرآیندهای جدیدی را توسعه دهند و برای مقابله با تغییرات سریع ریسک کنند. رقابت فزاینده جهانی و بومی، نیاز شرکتها را برای اینکه پیش‌تاز باشند و رقابت تهاجمی نیز داشته باشند، بیشتر کرده است (تاج‌الدینی، 2010). همواره فرصتهای فراوانی در محیط کسب و کار سازمان قرار دارد و در این بازار پر رقابت آنهایی موفق هستند که به موقع این فرصتها را شناسایی و از آن بهره‌برداری کنند. شرکت‌هایی که گرایش کارآفرینانه بیشتری دارند می‌توانند منابع درونی‌شان را به منظور بهبود عملکرد به بهترین شکل به کار گیرند (هاگز و مورگان¹، 2007). کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که در آن، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق لقاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسد یا به عبارت دیگر، مجموعه فعالیت‌هایی می‌باشد که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار است (صمدآقایی، 1378).

کارآفرینی عنصر کلیدی افزایش ظرفیت نوآورانه شرکت‌ها و تحقق مزیت رقابتی است (کاستروگیوانی و همکاران²، 2011). فعالیتهای کارآفرینانه درون سازمان‌ها توسط افراد آغاز می‌شود و تداوم می‌یابد. در نتیجه سازمان می‌تواند از طریق فعالیت اعضایش، نوآور، فعال و ریسک‌پذیر باشد. کارکنان مستعد نوآوری، ریسک‌پذیری و تبادل دانش در سازمان به عنوان یک ضرورت مطرح هستند (مونتر و سوریانو³، 2011). دیدگاه گرایش به کارآفرینی تمایل دارد به جای فرهنگ یا گرایش کسب و کار به شکلی روی ارتباط بین ساختار سازمان، سبک مدیریت و عملکرد حاصله تمرکز کند (پونال و لوسان⁴، 2011). تلاشهای علمی مک‌لند باعث شد که شایستگی‌های شخصی فرد کارآفرین به عنوان یک ویژگی دائمی وارد حوزه تحقیقاتی کارآفرینی شود و افراد کارآفرین با ویژگی‌های زیر شناخته شوند:

نیاز به موفقیت: بیانگر تمایل فرد به کسب هدف بر اساس مجموعه‌ای از عالیترین معیارها است. تمایل به خطرپذیری: تمایل به انجام کارهایی که احتمال شکست دارند. مرکز کنترل درونی: این افراد رویدادهای زندگی را به نتایج برنامه‌ریزی‌ها و تلاشهای پیگیر خود (نه عوامل محیطی) نسبت می‌دهند. خوش‌بینی: کارآفرینان اغلب دارای

¹ - Hughes & Morgan

² - castrogiovanni et al

³ - Montoro & Soriano

⁴ - Powhnall & Lowson

ویژگی خوش بینی هستند. استقلال طلبی: کارآفرینان نیاز شدید به استقلال دارند و از کنترل شدن توسط افراد دیگر به شدت اجتناب می کنند (زالی و همکاران، 1386). به زعم الوانی و عبدالله پور (1387) یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی است. از بین ابعاد سرمایه اجتماعی بعد سرمایه ساختاری از سایر ابعاد مهم تر است. سازمانها برای این که بتوانند روح کارآفرینی را در سازمان خود بیافرینند ابتدا باید به ساختار مناسب کارآفرینی توجه کنند. بوروکراسی و کارآفرینی در تقابل با یکدیگرند. ساختار مناسب کارآفرینی، شبکه ای با شکاف ساختاری زیاد است. بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی، به روابط توأم با اعتماد اطلاق می شود. اعتماد باعث شکل گیری پیوندهای قوی می شود که تبادل اطلاعات را تسهیل می کنند، بنابراین سازمان های کارآفرین به بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی نیز توجه خاصی مبذول دارند.

تسلیمی و همکاران (1385) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی نتیجه گرفتند که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن یعنی شناختی و ساختاری و کارآفرینی درون سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

قادری و همکاران (1389) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی دریافتند بین مدیریت دانش و کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

مطالعات ربیعی و صادق زاده (1390) نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی وجود دارد. یافته های تحقیق نشان می دهد که شاخص ساختار روابط بیشترین تاثیر و شاخص ارتباطی کمترین تاثیر را بر کارآفرینی داشته اند و شاخص خلاقیت و استقلال از کارآفرینی تحت تاثیر هیچ یک از شاخصهای سرمایه اجتماعی قرار ندارد.

مدهوشی و ساداتی (1390) در پژوهشی به بررسی اثرگذاری فرآیند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کسب و کارهای کوچک و متوسط شرق مازندران) پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که تسهیم دانش به صورت مستقیم (0,46) و غیرمستقیم (0,38) و به کارگیری دانش به صورت مستقیم (0,59) بر روی فرآیند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معناداری دارند. اما اثرگذاری مستقیم گردآوری دانش تایید نشد. از سوی دیگر، اثرگذاری غیرمستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم (0,15) و به کارگیری دانش (0,12) تایید شد. از سوی دیگر، اثرگذاری

غیرمستقیم گردآوری دانش بر کارآفرینی سازمانی با تسهیم و به کارگیری دانش تأیید شد. طالقانی و همکاران (2011) در پژوهشی با عنوان مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی سازمان آموزش و پرورش استان مازندران) دریافتند رابطه مثبت و معناداری بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. سوگوان و همکاران¹ (2011) در پژوهشی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دریافتند رابطه مثبت و معناداری بین ابعاد سرمایه اجتماعی (شناختی، رابطه‌ای، ساختاری) و کارآفرینی وجود دارد.

امروزه در کشور با توجه به تغییر و تحولات به وجود آمده در فضای کسب و کار صنایع داخلی، رقابت سنگین و فشرده‌ای میان کارخانجات به وجود آمده است شرکت‌های صنعتی برای تبدیل شدن به یک بخش سود آور ناچارند که از تمامی ظرفیتهای خود استفاده کنند و محصولات جدید تولید کنند و سلاقی مختلف بازار را پاسخگو بوده، نوآوریهای مستمر به بازار بالاترین استانداردهای کیفی ارائه کند و نهایتاً باعث نفوذ در اذهان به عنوان یک انتخاب ایده آل شود این مهم در سایه استفاده از سرمایه‌های اجتماعی افراد و مدیریت دانش و نهایتاً کارآفرینی به دست می‌آید. هدف پژوهش حاضر الگوی روابط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه در کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان بوده است، لذا با هدف پژوهش فرضیه‌ها و سوال زیر مطرح می‌باشد:

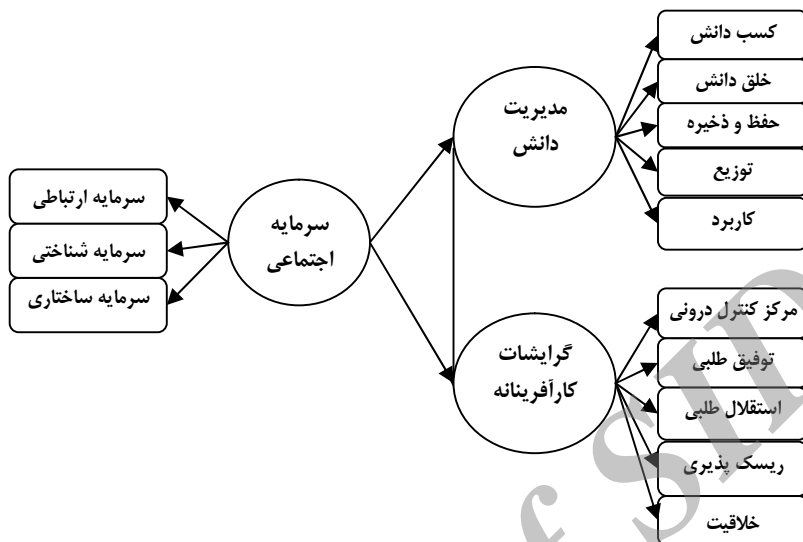
1- بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با گرایش‌های کارآفرینانه کارکنان رابطه وجود دارد.

2- بین مدیریت دانش و ابعاد آن با گرایش‌های کارآفرینانه کارکنان رابطه وجود دارد.

3- مدل علی روابط بین سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش، گرایش‌های کارآفرینی چگونه است؟

با توجه به فرضیه‌های پژوهش مدل مفهومی پژوهش در شکل 1 نشان داده شده است.

¹ - Soogwan et al.



شکل 1: مدل مفهومی پژوهش

ابزار و روش

با در نظر گرفتن هدف پژوهش، که رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش های کارآفرینانه در بین کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان بود، روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه مورد مطالعه 420 نفر از کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان با مدرک تحصیلی فوق دیپلم به بالا بودند که با استفاده از جدول نمونه گیری کرجسی و مورگان (1970) تعداد 200 نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده از بین آنها انتخاب گردید. برای جمع آوری اطلاعات از سه پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (1998) با 17 گویه شامل سه بعد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای، پرسشنامه مدیریت دانش فونگ و چوی (2009) با 42 گویه شامل ابعاد (کسب دانش، خلق، توزیع، بکارگیری، حفظ و ذخیره دانش) می‌باشد پرسشنامه کارآفرینی صمدآقایی (1378) با 54 گویه که در طیف پنج درجه ای لیکرت تشکیل شده است مورد استفاده قرار گرفت. روایی صوری و محتوایی هر سه پرسشنامه توسط تعدادی از پاسخگویان و صاحب نظران تأیید گردید. پایایی پرسشنامه ها توسط محاسبه آلفای کرونباخ به ترتیب سرمایه اجتماعی (0/81)، مدیریت دانش (0/79)، گرایشهای

کارآفرینانه (0/83) تأیید گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل یافته‌ها از نرم افزارهای spss نسخه 19 و لیزرل 8,5 استفاده شده است.

نتایج

ابتدا نرمال بودن متغیرها و مؤلفه‌های آن با آزمون کلموگوروف اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت که نتایج آن در جدول (1) ذکر شده است.

جدول (1): آزمون کلموگوروف اسمیرنوف نمرات مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن و گرایشهای کارآفرینانه

متغیرها	آماره	درجه آزادی	سطح معنی داری
مدیریت دانش	0/053	129	0/200
کسب دانش	0/074	129	0/164
خلق دانش	0/081	129	0/154
توزیع دانش	0/085	129	0/137
به کارگیری دانش	0/097	129	0/087
حفظ و ذخیره دانش	0/051	129	0/200
سرمایه اجتماعی	0/65	190	0/157
ارتباطی	0/049	190	0/200
شناختی	0/76	190	0/087
ساختاری	0/047	190	0/200
گرایش‌های کارآفرینانه	0/064	129	0/189

نتایج جدول (1) حاکی از آن است که نمرات مدیریت دانش سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های آن و گرایش کارآفرینانه نرمال است. فرضیه اول: بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با گرایش‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

جدول 2

ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با گرایش های کارآفرینانه متغیر ملاک

متغیر پیش بین	شاخص آماری	
	ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی
سرمایه اجتماعی	0/481**	0/231
ارتباطی	0/369**	0/136
شناختی	0/327**	0/107
ساختاری	0/354**	0/125

یافته های جدول (2) نشان می دهد ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و ابعاد ارتباطی، شناختی و ساختاری با گرایش های کارآفرینانه معنادار است. یعنی بین سرمایه اجتماعی با گرایش های کارآفرینانه ($r=0/481$) رابطه معنادار وجود دارد. بر اساس ضریب تعیین (R^2) 23/1 درصد واریانس سرمایه اجتماعی با گرایش های کارآفرینانه مشترک بوده است. لذا فرضیه اول مبنی بر این که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با گرایش های کارآفرینانه رابطه وجود دارد، تأیید می گردد.

فرضیه دوم: بین مدیریت دانش و ابعاد آن با گرایش های کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

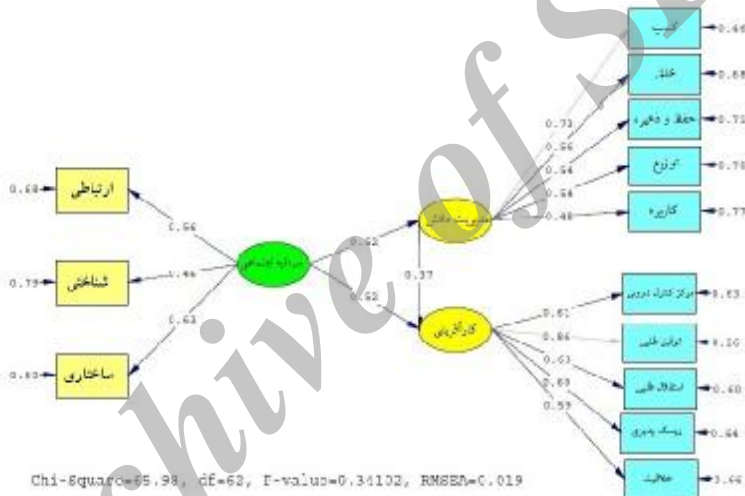
جدول 3- ضریب همبستگی بین مدیریت دانش و ابعاد آن با گرایش های کارآفرینانه

متغیر ملاک	گرایش های کارآفرینانه	
	ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی
مدیریت دانش	0/201*	0/040
کسب دانش	0/297**	0/088
خلق دانش	0/214**	0/046
ذخیره دانش	0/264**	0/097
توزیع دانش	0/162*	0/026
به کارگیری دانش	0/156	0/024
حفظ دانش	0/157	0/025

یافته های جدول (3) نشان می دهد ضریب همبستگی بین مدیریت دانش و ابعاد کسب دانش، خلق دانش، ذخیره دانش، توزیع دانش با گرایش های کارآفرینانه معنی دار

است. یعنی بین مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه ($r=0/201$) رابطه معنی‌دار وجود دارد. بر اساس ضریب تعیین (r^2) 4 درصد واریانس مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه مشترک بوده است. لذا فرضیه دوم مبنی بر این که بین مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه رابطه وجود دارد، تأیید می‌گردد. رابطه بین ابعاد به کارگیری دانش و حفظ دانش از مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه معنی‌دار نیست.

سوال: مدل علی روابط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش و گرایش‌های کارآفرینانه چگونه است؟



شکل 2: مدل نهایی روابط بین متغیرهای پژوهش

جدول (4) - اثرات مستقیم و غیرمستقیم

نتیجه	مقدار آماره تی	ضریب تأثیر	بررسی اثر
سرمایه اجتماعی-مدیریت دانش	4/53	0/52	سرمایه اجتماعی-مدیریت دانش
سرمایه اجتماعی-مدیریت دانش گرایش‌های کارآفرینانه	3/47	0/19	سرمایه اجتماعی-مدیریت دانش گرایش‌های کارآفرینانه
سرمایه اجتماعی-گرایش‌های کارآفرینانه	4/46	0/52	سرمایه اجتماعی-گرایش‌های کارآفرینانه
مدیریت دانش-گرایش‌های کارآفرینانه	3/26	0/37	مدیریت دانش-گرایش‌های کارآفرینانه

نتایج معادلات ساختاری در جدول (4) نشان می دهد که سرمایه اجتماعی بر گرایش های کارآفرینی تاثیر مستقیم با ضریب 0/52 و غیرمستقیم از طریق مدیریت دانش با ضریب 0/19 داشته است.

جدول (5) بررسی شاخص های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
X^2	-	65/98	برازش مدل مناسب است
X^2/DF	1-3	1/064	برازش مدل مناسب است
P-VALUE	بیشتر از 0/05	0/341	برازش مدل مناسب است
G.F.I	بیشتر از 0/9	0/95	برازش مدل مناسب است
A.G.F.I	بیشتر از 0/9	0/92	برازش مدل مناسب است
N.F.I	بیشتر از 0/9	0/94	برازش مدل مناسب است
C.F.I	بیشتر از 0/9	0/99	برازش مدل مناسب است
I.F.I	بیشتر از 0/9	0/99	برازش مدل مناسب است
R.M.R	نزدیک به صفر	0/038	برازش مدل مناسب است
RMSEA	کمتر از 0/1	0/019	برازش مدل مناسب است

براساس نتایج جدول (5) مدل از برازش مناسبی برخوردار است بدین معنا که شاخص (مجذور کای) بیانگر ارزش عددی برابر 1/064 می باشد. شاخص RMSEA (شاخص ریشه واریانس خطای تقریب) که برابر 0/19 می باشد. شاخص بعدی شاخص مطلق G.F.I (شاخص نیکویی برازندگی) است که در مدل حاضر این شاخص 0/95 است و از برازش خوبی برخوردار می باشد. شاخص نسبی C.F.I (شاخص برازندگی تطبیقی) برابر 0/99 است و شاخص R.M.R که به هرچه به صفر نزدیکتر باشد، مدل از برازش بهتری برخوردار است در مدل حاضر این شاخص 0/038 می باشد و از برازش خوبی برخوردار است. شاخص I.F.I (شاخص برازندگی فزاینده) برابر 0/99 می باشد.

بحث و نتیجه گیری

یافته ها نشان داد که فرضیه اول ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن یعنی شناختی، ساختاری، ارتباطی با گرایشهای کارآفرینانه معنادار است. این یافته ها با نتایج تسلیمی و همکاران (1385)، ربیعی و صادق زاده (1390)، سوگوان و همکاران (2011) مبنی بر اینکه بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی رابطه مثبت و

معنی دار وجود دارد، هماهنگی است. سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی خوبی باشد، می‌تواند با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد، موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد شود. و این ایده‌های جدید باعث خلاقیت در افراد می‌گردد و در نهایت این خلاقیت موجب نوآوری و کارآفرینی در سازمان خواهد شد. پس سازمانی که سرمایه اجتماعی خوبی دارد می‌تواند به صورت بالقوه سازمانی کارآفرین باشد. یافته‌ها نشان داد که فرضیه دوم ضریب همبستگی بین مدیریت دانش و ابعاد آن یعنی کسب دانش، خلق، ذخیره، توزیع دانش با گرایش‌های کارآفرینانه معنی‌دار است. رابطه بین ابعاد به کارگیری دانش و حفظ دانش از مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه معنی‌دار نیست. این یافته‌ها با نتایج قادری و همکاران (1389) مبنی بر اینکه بین ابعاد خلق و توزیع دانش با کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌دار وجود دارد هماهنگی دارد. با نتایج طالقانی و همکاران (2011) مبنی بر اینکه رابطه مثبت و معنی‌داری بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی وجود دارد هماهنگی دارد. با نتایج مدهوشی و ساداتی (1390) مبنی بر اینکه به کارگیری دانش بر فرآیند کارآفرینی سازمانی اثرگذاری معنی‌داری دارد، هماهنگی ندارد. ایجاد و کسب دانش جدید می‌تواند ذخیره دانش سازمانی را تغییر دهد و مقدار کمی و کیفی دانش موجود را به منظور ایجاد ایده و نوآوری افزایش دهد شرکت‌های توانمندتر که دانش را از درون و بیرون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند فرصت‌های بیشتری کشف کنند و به مزیت‌های فن‌آورانه بیشتری دست پیدا کنند و در محصولات و خدمات نوآوری ایجاد کنند. در سازمانی که فرهنگ توزیع دانش وجود دارد، افراد ایده‌ها و بینش‌های خود را به اشتراک می‌گذارند زیرا آن را به عنوان یک وظیفه ذاتی پذیرفته‌اند، نه این که کسی آنها را مجبور کند. یافته‌ها در راستای سؤال پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر گرایش‌های کارآفرینی تأثیر مستقیم با ضریب 0/52 و غیرمستقیم از طریق مدیریت دانش با ضریب 0/19 داشته است. این یافته‌ها با نتایج مدهوشی و ساداتی (1390) هماهنگی دارد. بنابراین اگر یک سازمان شبکه‌های ارتباطی اثرگذاری را در سازمان ایجاد کند که با آن فرستندگان و گیرندگان دانش بتوانند از کوتاه‌ترین مسیر به اطلاعات و دانش مورد نیاز خود دسترسی یابند، به یقین این امر سبب پیشبرد، ایجاد دانش و انتقال دانش در سازمان می‌شود. در واقع سرمایه اجتماعی از طریق متعهد نمودن افراد و گروه‌ها به یادگیری، فرآیند کارآفرینی را در سازمان تسهیل می‌کند. با بالا

رفتن سطح کمی و کیفی روابط و همکاری، جریان و گردش اطلاعات در بین اعضای سازمان نیز افزایش می یابد که این به نوبه خود نوآوری را تسهیل می نماید. همچنین وجود اعتماد بالا در بین کارکنان و مدیران سازمان سبب می شود که مدیران آزادی عمل بیشتری به کارکنان داده و از استقلال، خلاقیت و ابتکار آنان نیز حمایت کنند.

بر اساس نتایج مذکور پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

- به کارگیری رویه های استخدامی که در علاوه بر توجه به تخصص افراد، به توانایی فرد در ارتباط برقرار کردن با دیگران و علاقه مندی فرد به کارگروهی، نیز توجه شود.
- کاهش بروکراسی سازمانی به منظور افزایش بعد ساختاری سرمایه اجتماعی
- برقراری ارتباط مستمر با دانشگاه و مراکز علمی دیگر برای استفاده از جدیدترین دانش فنی مرتبط با فناوری و به کارگیری نیروهای توانمند دانشگاهی در این حوزه.
- برگزاری دوره های آموزشی جهت افزایش تعامل بین کارکنان، الگوهای مناسب ارتباطی به منظور افزایش بعد رابطه ای سرمایه اجتماعی

منابع:

- الوانی، م، عبدالله پور، م (1387)، نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی، پیام مدیریت، شماره 27: 5-26
- تسلیمی م، آشنا م و منوریان ع (1385)، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی، فصلنامه فرهنگ مدیریت، 4 (14): 27-56.
- ربیعی ع، صادق زاده ح (1390)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی، فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، 11 (41): 191-221.
- زالی م، مدهوشی م، کردنائیج ا (1386)، ارزیابی مشخصه های کارآفرینی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه مازندران). ویژه نامه مدیریت، 11 (55): 81-113.
- شکرالهی، ز (1392)، رابطه بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش های کارآفرینانه در کارکنان شرکت صنایع کاشی اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی
- صمد آقایی ج (1378)، سازمان های کارآفرین ، تهران: مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- فقیهی ا، فیضی ط (1385)، سرمایه اجتماعی: رویکردی نو در سازمان. فصلنامه دانش مدیریت، 19 (72): 23-46.
- قادری ا، کریم زاده ص، ناظم ف (1389)، بررسی رابطه مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی. فصلنامه پژوهش اجتماعی، 3 (9): 89-115.
- مدهوشی م. ساداتی ع (1390)، بررسی اثرگذاری فرآیند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: کسب و کارهای کوچک و متوسط شرق مازندران). فصلنامه توسعه کارآفرینی، 12 (3): 7-26.
- نصراصفهبانی ع، اسماعیل انصاری م، شائمی برزکی ع، آقا حسینی ح (1390)، بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمانهای خدماتی استان اصفهان (با رویکرد آموزه های مدیریت در آثار سعدی). فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، 41 (1): 107-134
- Aiemmornsiriphong S, Piemyat S. (2012), social capital: Means of social safety net and social protection in thi communities.jornal of procedia Engineering. 32: 1152-1163.

- Castrogiovanni G J, Urbano D, Loras j. (2011), Linking corporate entreprene and human resource management in SMEs international jornal pf manpower. 32(1): 34-47.
- Chang MY, Hung YC, Yen DC, ND Tseng PT. (2009), "The research on the critical success factors of knowledge management and classification, framework project in the Executive Yuan of Taiwan Government", Expert Systems with Applications 9(12):5376-5386.
- Choi K, Poon S, Davis G. (2008), Effects of knowledge management strategy on organizational performance: A complementarity theory-based approach Omega. 36: 235.
- Danchev A.(2006), Social capital and sustainable behavior of the firm Industrial Management & Data System, 106(7): 953-965.
- Elgar F J, Davis C G, Wohl M J, Trites S j, Zelenski J M, Martin M S. (2011), Social capital, health and life satisfaction in 50 countries. Journal of Health & Place.17: 1044-1053.
- Finn O B, Torgeir D.(2008), Knowledge, management in software engineering: A systematic review of studied concepts findings and research methods used. Information and Software Technology, 50(11): 1055-1068.
- Hughes M, Morgan R E.(2007), "Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth", Industrial Marketing Management, 36: 651-661.
- King W, Chung T M. (2008), Knowledge management and organizational learning international journal of Management Science. OMEGA. 36: 168.
- Montoro S, Soriano D R.(2011), Human resource management and cprporate entrepreneurship. Inter national jornal of manpower 32(1):6-13.

- Peng Lin C.(2011), Modeling job effectiveness and its antecedents from a social capital perspective: A survey of virtual teams within business organization. *Journal of computers in Human Behavior*. 27:915-923.
- Pownall T, Lawson v. (2011), Emotional intelligence and entrepreneurial behavior. *Journal of enterprising culture*. 13:295-331.
- Soogwan D, Edmund J, Zolnik. (2011), Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management*. 5(12):4961-4975.
- Tajeddini K.(2010), "Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation on innovativeness: Evidence from the hotel industry in Switzerland", *Tourism Management*, 31:221-231.
- Taleghani M, Asgari M, Aghajanzadeh Langerodi B. (2011), The Relationship of Knowledge Management with Organizational Entrepreneurship (The case study: Organization of Education in Mazandaran Province *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. 1(8):885-888
- Yang J, Liu C Y. (2006), "New product development: An innovation diffusion perspective", *Journal of high technology management research*. 17: 17-26.