

ارتباط سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی از دیدگاه مدیران و معاونین دبیرستانهای شهرستان ساوه

امیر حسین محمد داودی^۱، سعیده سروش^۲

چکیده

هدف این پژوهش، مطالعه ارتباط بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (شناختی، ارتباطی و ساختاری) با کارآفرینی سازمانی از دیدگاه مدیران مدارس شهرستان ساوه است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی مدیران و معاونین دبیرستانهای شهرستان ساوه بود که بر اساس جدول مورگان ۱۲۹ نفر، به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی بود. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه، سرمایه اجتماعی ۰/۸۱٪ و برای کارآفرینی سازمانی ۰/۷۸٪ گزارش شد. داده های گردآوری شده به کمک روش های آمار توصیفی مانند میانگین و انحراف استاندارد و آمار استنباطی همچون: آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره (روش گام به گام) مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج به دست آمده نشان داده است که بین سرمایه اجتماعی (بعد ساختاری، ارتباطی، شناختی) با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می یابد.

واژه های کلیدی: سرمایه اجتماعی - کارآفرینی سازمانی - بعد ساختاری - بعد ارتباطی - بعد شناختی - آموزش و

پرورش

۱- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه

۲- کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه (نویسنده مسئول)

مقدمه

را بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی مورد توجه قرار داده‌اند. چرا که حضور افراد در محیط‌های آموزش عالی، باعث توسعه دایره یا شبکه دوستی بین آنها شده، اعتماد اجتماعی آنان نسبت به همدیگر را افزایش می‌دهد. در نتیجه تأثیرات عمده‌ای در جهت ارتقا و پویایی نظام آموزشی، برجا می‌گذارد. علاوه بر این وجود سطح بالایی از سرمایه اجتماعی بین افراد در فضای دانش‌اندوزی، زمینه را برای هم‌دلی افراد و احساس مسئولیت جمعی، افزایش می‌دهد، موجبات بهبود کمی و کیفی روندهای آموزشی را فراهم می‌سازد و بدین طریق شرایط مساعدی برای توسعه همه‌جانبه جامعه از جمله آموزش و پرورش به عنوان پای ثابت توسعه پایدار، فراهم می‌کند. سرمایه اجتماعی به کارآفرینان کمک می‌کند تا منابع را از حوزه‌های مختلف و به روشی نو جمع‌آوری و ترکیب کنند. (فراهانی، ۱۳۸۸، ص ۳۶)

از سوی دیگر کارآفرینی و انجام فعالیت‌های کارآفرینانه فرآیندی است که در ابعاد مختلف زندگی اتفاق می‌افتد و در خلال آن تغییراتی در یک سیستم اعم از اجتماعی، اقتصادی، علمی، فرهنگی، آموزشی، سیاسی و... ناشی از نوآوری‌های فردی به وقوع می‌پیوندد و موجب خلق ارزش‌های گوناگون (فردی/ اجتماعی و یا مادی/ معنوی) می‌گردد. (داریانی، ۱۳۷۸: ۵۷)

اما آنچه که در این میان دارای اهمیت بسزایی است ابعاد هر دو مؤلفه و نقش هر یک در موفقیت سازمان است.

زمان زیادی از معرفی سرمایه اجتماعی^۱ در جهان نمی‌گذرد، اما این مفهوم به دلیل توانایی در توضیح بسیاری از پدیده‌های جامعه مدرن به سرعت در تمام محافل دانشگاهی دنیا نفوذ کرده است و توانسته جایگاه مهمی را در ادبیات علمی جهان کسب نماید. (تاج‌بخش، ۱۳۸۵: ۱۰) زیرا این مفهوم برای آغاز و پشتیبانی اقدام اقتصادی، حیاتی است. بنابراین پیامدهای مثبت آن می‌تواند در حوزه‌هایی مانند: شکل‌گیری صنعت، فرایندهای ابتکاری، همکاری‌های درون شرکتی و کارآفرینی^۲ مشاهده شود. امروزه سرمایه اجتماعی، نقش بسیار مهم‌تری را نسبت به سایر سرمایه‌های فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی و گروهی انسجام بخش میان انسانها، سازمان‌ها و انسان‌ها و سازمان‌ها با سازمان‌ها است. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثر بخشی خود را از دست داده و بدون سرمایه اجتماعی پیمودن راهکارهای توسعه و تکامل فرهنگی، اقتصادی ناهموار و دشواری می‌گردد. (بیکر، ۱۳۸۲: ۳۲)

اهمیت این مسئله در نظام آموزش و پرورش را شاید بتوان انطباق سرمایه اجتماعی با هدف اساسی آموزش و پرورش که همان سرمایه‌گذاری برای پرورش انسانی فرهیخته، سالم و مطلع است دانست. همچنین برخی از مطالعات و تحقیقات انجام گرفته، تأثیر نظام آموزش و پرورش و آموزش عالی

^۱- Social Capital

^۲- Interpreneur

بهداشت و ویژگی های کیفی انسان اعم از آموزش، تخصص، مهارت دانش، خلاقیت، نوآوری و... مبتنی است و نوعی سرمایه به حساب می آید. (همان منبع: ۲۵)

۴- سرمایه اجتماعی:

در زمینه سرمایه اجتماعی تعاریف بسیار زیادی بیان شده است به گونه ای که یافتن دو تعریف یکسان و شبیه از دو صاحب نظر کاری سخت و شاید ناممکن باشد. چنان که در بررسی سرمایه اجتماعی با انبوهی از تعاریف روبرو می شویم که در حوزه های متفاوتی بیان شده است. در این زمینه مطالعات وسیعی از سوی صاحب نظران و دانشمندان این علوم صورت گرفته است و نظریه پردازانی همچون جین جاکوب (۱۹۶۱)، بن پرات^۵ (۱۹۸۰)، ویلیامسن^۶ (۱۹۸۱)، بیکر (۱۹۸۳)، جیمز کلمن (۱۹۶۶)، رابرت پاتنام^۷ (۱۹۷۰)، پیربوردیو^۸ (۱۹۸۰) و فرانسیس فوکویاما (۱۹۹۰) تعاریف متعددی از سرمایه اجتماعی ارائه کرده اند. (مبشری، ۱۳۸۸، ص ۱۶)

بنابراین با توجه به این تعاریف در این مقاله، سعی شده تا به بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی و ارتباط آنها با یکدیگر در موفقیت سازمان پرداخته شود.

انواع سرمایه:

انواع مختلف سرمایه در سراسر تاریخ وجود داشته است. اما با توجه به شرایط و زمان های گوناگون اهمیت نسبی هر یک از آنها تغییر کرده است و ممکن است که هر یک در مقطعی از زمان پر رنگ تر بوده باشد. با این وجود بانک جهانی بر چهار نوع سرمایه به عنوان چهار جزء تشکیل دهنده ثروت ملل در ارتباط با توسعه پایدار تاکید می کند:

۱- سرمایه طبیعی^۱:

یعنی دارایی های محیطی مثل زمین، آب، جنگل، معادن، گیاهان و جانوران که به بعد محیطی توسعه پایدار مربوط می شود. (فوکویاما^۲، ۱۹۹۹، ص ۲۴)

۲- سرمایه تولید شده (فیزیکی)^۳:

که معمولاً ماشین آلات، کارخانه ها، ساختمان ها و تجهیزات زیربنایی مثل خطوط راه آهن و جاده هاست که بر بعد اقتصادی توسعه پایدار دلالت دارد.

۳- سرمایه انسانی^۴:

سرمایه انسانی بر ظرفیت های سازنده افراد تأکید دارد که بر مهارت، آموزش و

⁵ Ben Perrat

⁶ Wiliamson

⁷ Putnam

⁸ Bourdieu

¹ - Natural Capital

² -Fukuyama

³ -Physical Capital

⁴ - Human Capital

جدول ۱: تعریف سرمایه اجتماعی

اندیشمندان	تعریف سرمایه اجتماعی	هدف	سطح تجزیه و تحلیل
بورديو	منابعی هستند که منافع عمومی را مورد ارزیابی قرار می دهند.	رسیدن به سرمایه اقتصادی	افراد در حال رقابت با هم (فرد با فرد)
کلمن	جنبه هایی از ساختار اجتماعی است که اعضا از آن به عنوان منبعی برای رسیدن به منافع خود استفاده می کنند.	رسیدن به سرمایه انسانی	افراد در گروه های اجتماعی و فAMILI (فرد با گروه)
پوتنام	اعتماد، هنجارها و شبکه هایی که تسهیل کننده همکاری اعضا برای رسیدن به منافع مشترک است.	رسیدن به دموکراسی و توسعه اقتصادی	حکومت های سیاسی در سطح ملی (گروه با حکومت ملی)
فرانسیس فوکویاما	مجموعه معنی از هنجارها یا ارزشهای غیر رسمی که شامل ارزشهای مثبت و منفی می باشد		

منبع: الوانی، ۱۳۸۱، ص ۷

۲، مشارکت مدنی، پیوند های اجتماعی غیر رسمی^۳، بخشش و روحیه داوطلبی^۴، مشارکت مذهبی^۵، عدالت در مشارکت مدنی، تنوع معاشرت ها و دوستی ها .

۱- اعتماد:

یکی از این ابعاد و مهم ترین بُعد سرمایه اجتماعی است . به هرحال، "اعتماد" یکی از اجزای اصلی سرمایه اجتماعی است . بدین معنا که در جامعه، افراد به چه میزان به هم اعتماد دارند و چه قدر یکدیگر را صادق می دانند و چه قدر اطمینان دارند که دیگران به تعهدات خود عمل می کنند. هر چه قدر دو نفر به یکدیگر بیشتر اعتماد داشته باشند، اعتماد متقابل بیشتر می شود. (ذاکر صالحی، ۱۳۸۷: ۲۸) اعتماد،

آنچه از تعاریف متعدد سرمایه اجتماعی برمی آید این است که این مفهوم در بردارنده مفاهیمی همچون اعتماد^۱، همکاری و روابط متقابل بین اعضای یک گروه بوده است. به نحوی که گروه را به سمت دستیابی به هدفی که بر مبنای ارزش ها و معیار رایج در جامعه مثبت تلقی شود هدایت می کند. (مبشری، ۱۳۸۷، ص ۱۶)

ابعاد سرمایه اجتماعی دانشگاه ها و اراد:

دسته بندی ابعاد سرمایه اجتماعی به وسیله گروه کندی دانشگاه ها و اراد انجام گرفته است. این گروه مطالعاتی، ابعاد یازده گانه ای را برای آن شناسایی کرده اند که عبارت اند از: اعتماد اجتماعی، اعتماد میان نژادهای مختلف، مشارکت سیاسی عادی، مشارکت سیاسی نقادانه، رهبری مدنی

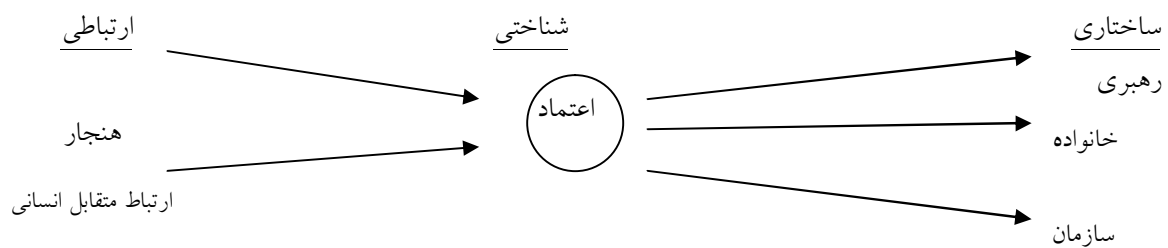
2 - Civic Leadership
3 - Informal Social Ties
4 - Giving & Volunteering
5 - Faith - Based Engagement

1 - Trust

برای درک نحوه شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در جامعه، می‌توان با مشاهده مدل زیر دریافت که: را مشاهده در این مدل، اعتماد به عنوان شناسه سرمایه اجتماعی، تلقی می‌گردد و برای سنجش سرمایه اجتماعی باید میزان وجود اعتماد را مورد سنجش قرار داد. (علوی، ۱۳۸۰: ۳۶)

مولفه و نتیجه سرمایه اجتماعی است. در واقع سرمایه اجتماعی به وسیله اعتماد شناخته می‌شود و رابطه دو سویه ای با آن دارد. از طرفی اعتماد، سرمایه اجتماعی را به وجود آورده و از طرف دیگر اگر در جامعه ای سرمایه اجتماعی به اندازه کافی وجود داشته باشد، اعتماد میان افراد تقویت می‌گردد. (کوهکن، ۱۳۸۷: ۱۲۸)

نمودار ۱: مدل CRS مولفه های سرمایه اجتماعی



منبع: کوهکن، ۱۳۸۸، ص ۱۲۸

والدین، گروه های حرفه ای موسسات خیریه، اتحادیه های کارگری، فرهنگسراها، گروه های ادبی، هنری، فرهنگی، تفریحی، تعاونی ها...

۳- پیوندهای اجتماعی غیر رسمی:

رهبری و مشارکت مدنی به اندازه گیری سرمایه اجتماعی از جنبه های رسمی می پردازد. مانند: تعداد دوستان یک فرد، میزان معاشرت فرد با دوستان خود در محیط اداری، معاشرت با همکاران و دوستان اداری در محیط های خارج از اداره، مشارکت در بازی هایی مانند شطرنج و دیدار از فامیل.

۲- مشارکت و رهبری مدنی:

الف- رهبری مدنی: رهبری مدنی به میزان مشارکت افراد در گروه ها، باشگاه ها و انجمن ها و امور شهر یا مدرسه و نظایر آنها می پردازد و این سوال را که فرد تا چه اندازه در این گروه ها و انجمن ها نقش رهبری را ایفا می کند، را مورد توجه قرار می دهد.

ب- مشارکت مدنی: منظور آن است که افراد جامعه تا چه اندازه در انواع گروه های زیرفعالیت می کنند: گروه های مذهبی، باشگاه های ورزشی، لیگ های حرفه ای، سازمان های جوانان، انجمن های مربوط به

۴- بخشش و روحیه داوطلبی:

یکی از روش‌های اندازه‌گیری روابط افراد جامعه از طریق بررسی عضویت و همکاری آنها با نهادهای خیریه و داوطلبانه است. این همکاری می‌تواند به صورت یاری‌های مالی انجام شود. مانند کمک مالی به شیرخوارگاه‌ها و کمیته امداد و... یا از طریق اختصاص وقت باشد مانند: شرکت در جلسات مربوط به انجمن‌های توسعه شهری و..

۵- مشارکت مذهبی:

مذهب و دین نقش خیلی مهمی در سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند، افراد برحسب دین و مذهبی که دارند ممکن است منشأ مشارکت باشند مانند: حضور و فعالیت در امور مساجد، تکایا، کلیساها، اماکن مذهبی و زیارتی

۶- تنوع معاشرت‌ها و دوستی‌ها:

اشاره به معاشرت و رفاقت فرد با طبقات مختلف اجتماعی، نژادها و اقوام و مذاهب و ادیان دارد.

به عبارت دیگر هرچه فرد با افراد طبقات و گروه‌های متعلق به نژادها و مذاهب مختلف مرتبط باشد و با آنها حالت دوستی قرار نماید، موجب فزونی سرمایه اجتماعی شده است. (الوانی، ۱۳۸۳: ۱۲۵)

۷- سرمایه اجتماعی و آموزش و پرورش:

بی‌تردید یکی از ابزارهای کسب اطلاعات، روابط اجتماعی مبتنی بر نظام آموزشی است. مدرسه و معلم در کنار هم و یا با استفاده از روابط اجتماعی، منبع عظیمی از

اطلاعات را فراهم می‌آورند. به علاوه برخورداری از این اطلاعات، ضمن کمک به ایجاد و یا ارتقای روابط اجتماعی متقابل با سایر کنش‌گران، خود از ملزومات اصلی اعتماد اجتماعی است. چرا که بدون ارتباط، اعتمادی نیز وجود نخواهد داشت. البته جیمز کلمن، ارتقای روابط اجتماعی و اعتماد را (که موجب شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌شوند)، فقط در مدرسه نمی‌بیند... بلکه از دیدگاه وی خانواده از هم‌پاشیده و فاقد روابط اجتماعی سازنده، بنیان آموزش و پرورش را سست می‌کند.

وی بر این باور است کسانی که بچه‌های خود را درست تربیت نمی‌کنند، نه تنها در هدر دادن اندیشه‌های آنها، بلکه در ایجاد آینده‌ای آکنده از جرم و بزهکاری، لطمه‌های شدیدی را بر جامعه تحمیل می‌کنند، با این تصور که مدارس نمی‌توانند کار ویژه والدین را انجام دهند. وی پیشنهاد می‌کند که والدین باید از طریق یک نظام پرداخت بر حسب نتایج برای ساختن سرمایه اجتماعی بچه‌های خود پاداش دریافت کنند و برای کسانی که بچه‌های نابهنجارتر و زودرنج‌تری را نگهداری کنند پاداش بیشتری تعلق بگیرد. این امر می‌تواند از طریق نهادهایی مثل انجمن اولیا و مربیان و آموزش و پرورش جنبه عینی به خود بگیرد. (پاتنام، ۱۹۹۳) البته به نظر پاره‌ای از محققان، کار کلمن به خاطر تمرکز زیاد بر یک نوع نهاد آموزشی قابل نقد است. برای مثال با این که او خیلی علاقه مند به روابط جوانان بود، اما تحقیقات وی درباره سرمایه

اجتماعی و آموزش و پرورش، محدود به مدرسه بود. او به سطوح بالاتر نظام آموزشی توجه کمی داشت و به یادگیری در مجموعه‌های غیررسمی مانند محیط کار هیچ توجهی نداشت. جان فیلد بر این باور است که پیوندهای نزدیکی میان شبکه‌های اجتماعی دانش‌آموزان و عملکرد تحصیلی آنان وجود دارد. دانش‌آموزان در راستای رسیدن به اهداف آموزشی خود از طریق روابط اجتماعی که مبتنی بر همیاری، همکاری و تعاون باشد، می‌توانند ضمن افزایش سرمایه اجتماعی، شرایط لازم روانی را برای پی بردن به ارزش همکاری جمعی به وجود بیاورند. (کلمن، ۱۳۷۷)

خرده نظام مدرسه، در کنار آموزش مهارت‌های شناختی (ریاضی، آمار، اقتصاد، جامعه‌شناسی، روانشناسی، تاریخ و...) شیوه‌های برقراری ارتباط با دیگران و نقش‌هایی را که هر یک از دانش‌آموزان در آینده باید عهده‌دار شوند، آموزش می‌دهد و غالباً شبکه‌ای از گروه‌های همسالان برای کودکان ایجاد می‌کند که در این نظام نباید نقش معلمان و مربیان نادیده گرفته شود. هرچه معلمان، گرم‌تر، صمیمی‌تر، خوش‌روتر و انعطاف‌پذیرتر باشند و به سازوکارهای کنترل درونی، پذیرش و سهل‌گیری توسط جویند، نگرش دانش‌آموزان نسبت به مدرسه و سایر اعضای جامعه مثبت‌تر می‌شود و دانش‌آموزان راحت‌تر می‌توانند احساسات خود را بیان و در بحث‌ها شرکت کنند.

بحث‌هایی که در اصل تمرینی است برای دانش‌آموزان، تا ضمن درونی ساختن نقش‌ها و اخلاق اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، شیوه‌های بهتر سازگاری با گروه و جامعه را فرا گیرند. بدین ترتیب تعامل اجتماعی توأم با اعتماد متقابل از سوی معلمان (چه در کلاس و مدرسه و چه بیرون از آن) شرایطی را فراهم می‌سازد که ضمن دوجندان کردن احساس سرزندگی، نیرو و نشاط دانش‌آموزان، دریچه‌های دل را بر روی مهر و علاقه می‌گشاید. و یخ‌های بی‌اعتمادی و خودخواهی و نارضایتی را آب می‌کند. علاوه بر این در محیط مدرسه‌ای که ارزش‌های فراوانی برای موفقیت‌های تحصیلی، قائل می‌شوند، معلمان می‌توانند از والدین بخواهند تا در اجرای سیاست‌ها و خط‌مشی‌های جدید از جمله تدوین مقررات جدی‌تر و سختگیرانه‌تر درباره انجام و تکمیل تکالیف خانگی دانش‌آموزان، با مسئولان مدرسه همکاری کنند: هرچه سرمایه اجتماعی در درون نظام خانواده بیشتر باشد، تعداد والدین و دانش‌آموزانی که مقررات جدید درباره تکالیف خانگی را محترم می‌شمارند، بیشتر خواهد شد. در این شرایط، معلمان فرض را بر این می‌گذارند که والدین و دانش‌آموزان به تعهدات خود در قبال مقرراتی که مدرسه وضع کرده است، عمل خواهند کرد. اجرای این تعهدات مستلزم آن خواهد بود که والدین

با دقت بیشتری فعالیت‌های فرزندان خود را زیر نظر بگیرند. (دلفروز، ۱۳۸۰)

سرمایه اجتماعی را به واقع می‌توان در اخلاق، مهارت‌ها و دانش‌هایی که فرد به‌ویژه در خانواده و مدرسه کسب می‌کند، دریافت. خانواده و مدرسه با وادار کردن اعضای خود به از خودگذشتگی، تا اندازه زیادی خود را تقویت و سرمایه اجتماعی را توأم می‌بخشد. در این راستا فوکویاما، درباره اهمیت خانواده در تولید سرمایه اجتماعی و نیز ارتباط عمیق آن با نهاد آموزش و پرورش، بر این باور است که اضمحلال نظام خانواده در عصر جدید را می‌توان اصلی‌ترین عامل کاهش سرمایه اجتماعی دانست. ولی تأکید می‌کند تنها عاملی که می‌تواند به طور قطع با موفقیت تحصیلی و بهبود وضعیت اخلاقی دانش‌آموزان ارتباط داشته باشد نه فقط هزینه سرانه آموزشی، برنامه‌های آموزشی، نحوه آموزش توسط معلمان و هر نوع سیاست اجتماعی دیگر (که به نوبه خود مهم هستند) است بلکه مداخله والدین و ارتباط سازنده معلمان در آموزش فرزندان است. بدین ترتیب می‌توان ادعا کرد که خانواده و مدرسه (خاصه معلمان) نه تنها عناصری کلیدی در قوام و بقای نظام آموزشی هستند، بلکه در ایجاد و گسترش سرمایه و اعتماد اجتماعی، نقش اساسی دارند. (آنکار،^۱ ۲۰۰۷)

از سوی دیگر، در کنار مفهوم سرمایه اجتماعی واژه دیگری از حوزه‌های

اقتصادی پا به عرصه مدیریت نهاد که توجه به این مفهوم و توجه به مؤلفه‌های اصلی این مفهوم سبب موفقیت سازمانها می‌شود. واژه ای که از آن تحت عنوان "کارآفرینی" یاد می‌شود. واژه "کارآفرینی"^۲ از کلمه فرانسوی^۳ به معنای متعهد شدن نشات گرفته است. و بنا بر تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازمان دهی، اداره و تقبّل کند. واژه کارآفرینی دیر زمانی پیش از این که مفهوم کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که در امر هدایت ماموریت‌های نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند. از آن پس درباره انواع دیگر مخاطرات نیز همین واژه با محدودیت‌هایی مورد استفاده قرار گرفت. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد، فرانسویان در مورد پیمانکاران دولت که دست اندر کار ساخت جاده، پل و... بودند به کرات لفظ کارآفرین را به کار بردند. (داریانی، ۱۳۸۷: ۴)

به اعتقاد صاحب نظران کارآفرینان عامل دگرگونی هستند که در برابر فرصت‌ها هوشیارند و از مهارت‌های پیش‌بینی، بردباری و... برخوردارند. (حسن مرادی، ۱۳۸۵، ص ۷) علیرغم تمام تلاش‌هایی که در این زمینه انجام گرفته، لیکن الگوی قابل استنادی برای تشخیص

^۲ - Interpreneur

^۳ - Entreprenndre

^۱ - Anckar

آوری بیشتر دست یابند. (حسن مرادی، ۱۳۸۸: ۸)

ابعاد کارآفرینی سازمانی:

برای کارآفرینی سازمانی ابعادی به شرح زیر را برشمرده اند:

بعد اول: استراتژی^۲ (تعهد):

سازمان های پایدار وابستگی زیادی به استراتژی های کارآفرینانه (آینده نگرانه) در برابر استراتژی های سازگارانه با شرایط دارند تا بتوانند تلاطم ها و ناپایداری های محیطی را پشت سر گذارند. سرعت تغییرات تکنولوژی، تقاضای مشتری و ارزشهای اجتماعی سازمان ها را وادار می کند تا به جای منابع گرا بودن فرصت گرا باشند.

بعد دوم: مدیریت ریسک^۳ (تعادل):

در یک سازمان کارآفرین، تعهد استراتژیک نیست به فرصت ها و تمرکز بر اهداف بلند مدت باید از طریق فرآیندهای مناسب مدیریت ریسک تعدیل شود. سازمان های کارآفرین با تخصیص مقادیر کم و مرحله ای منابع به فعالیت های کارآفرینانه و مخاطره آمیز جدید، قادرند تا به چالش ها و فرصت های پیش بینی نشده با انعطاف بیشتری پاسخ دهند. با تخصیص گام به گام منابع (به جای تخصیص کل منابع در یک زمان)، مدیریت می تواند موفقیت بالقوه فعالیت های کارآفرینانه را در هر مرحله ارزیابی کرده و به منظور توزیع ریسک

کارآفرینان موفق به دست نیامد. تلاش های محققان روان شناسی در زمینه شناخت ویژگیهای کارآفرینان فهرستی از صفات رفتاری متعددی را ارائه می نماید. این فهرست که طی گردهمایی کاربردی راجع به کارآفرینی در ایالت هونولولو آمریکا تهیه شده، ۱۹ صفت بارز را برای کارآفرینان ذکر کرده است. اعتماد به نفس، استقلال رای، خوش بینی، نیاز به موفقیت، با پشتکار، سخت کوش، پیشگام، ریسک پذیر، اشتیاق برای انجام کارهای بزرگ، رفتار هدایتگرانه، مردم دار، انتقادپذیر، کاردان، با تدبیر، تغییرپذیر، دوراندیش، دارای قدرت درک بالا.

با مطالعه این صفات محققان به این نتیجه دست یافتند که کلیه صفات نوزده گانه مذکور در همه کارآفرینان وجود ندارد. لیکن صفاتی مانند اعتماد به نفس، ریسک پذیر، نرم خویی، نیاز به موفقیت، استقلال جویی بالادراکثر کارآفرینان وجود دارد. رویکرد رفتاری^۱، عوامل محیطی و ویژگی های رفتاری فرد شامل تجارب، سوابق شخصی و فردی مانند سن، خانواده، دوران کودکی، تحصیلات و... مورد توجه قرار گرفته است. در این دیدگاه قصد بر این است تا با طرح برنامه های مناسب برای کمک به کارآفرینان مهارت ها و دانش مورد نیاز آنان را افزایش دهند تا با بهبود فعالیت ها و عملکرد خود بتوانند به سود

² - Strategy

³ - Risk management

¹ - Behavior Approach

ریسک‌های مفرط و بی‌ثباتی محفوظ است. (آنتونیک و هیستریچ، ۲۰۰۳: ۱۶)

بعد پنجم: سیستم‌ها^۴:

از آنجا که کارآفرینان تمایل به مسؤلیت‌پذیری و استقلال در حیطه مسولیت دارند سازمان‌های خلاق و کارآفرین مشخص با ارتباطات باز و تفویض اختیار گسترده شناخته می‌شوند. بدیهی است که به هر حال بعضی از تصمیم‌گیری‌ها در این سازمان‌ها متمرکز می‌ماند. ولی عمده تصمیم‌گیری‌ها سلسله‌وار به هم مرتبط و متأثر از یکدیگر هستند. و مکانیزم‌هایی وجود دارد که بازخورد تصمیم‌گیری افراد به آن باز می‌گردد که این امر موجب بهبود کیفیت تصمیمات آینده می‌شود. چون جریان دو طرفه اطلاعات و مسولیت‌پذیری، خلاقیت تمامی مدیران را تقویت کرده و از طرف دیگر یک مکانیزم خوداصلاحی را فراهم می‌نماید. بدین ترتیب سازمان‌های کارآفرین ارتباطات و تشریح مساعی را جایگزین دستوردهی و کنترل از بالا می‌کنند تا کیفیت و سرعت تصمیم‌گیری بهبود یابد.

بعد ششم: انگیزش^۵:

سیستم‌های ارزیابی و تقدیر سنتی بر نتایج کوتاه مدت تمرکز داشته است و بالطبع رفتارهای قابل پیش‌بینی و ایمن را تشویق می‌کردند. سازمان‌های کارآفرین باید برپایه عملکرد درازمدت اشخاص تاکید داشته باشند، نه تلاش‌های گروهی مدیران

، منابع مورد نیاز را از جا‌های دیگر تامین کند. این رویکرد در محیطی که تغییر از ویژگی‌های اصلی آن است، باعث تسریع رشد می‌شود. (تامسون^۱، ۲۰۰۱: ۱۲۳)

بعد سوم: مدیریت تغییر^۲:

یکی از موانع اصلی کارآفرینی در سازمانهای بزرگ و همچنین دولتی، مقاومت گسترده در برابر تغییر است که ناشی از تمایل به اشتغال در امور جاری است. ساختار فرهنگ کارآفرینانه مبتنی بر پذیرش و مدیریت تغییر و خلق احتمالات جدید است. به برای تقویت خلاقیت و ریسک‌پذیری مدیران، آنها به محیطی ایمن و آزاد در تجربه کردن بدون نگرانی از جبران ابتکارات ناموفق خود نیاز دارند.

بعد چهارم: ساختار سازمانی^۳:

ساختار سازمانی، چارچوبی را مشخص می‌کند که در آن سرعت و میزان توانایی تغییر در سازمان تعیین می‌شود. سازمانهای کارآفرین باید تمرکز زدا، منعطف، و تجربه‌گرا باشند. ساده‌ترین راه برای توسعه کارآفرینی در سازماندهی سنتی بزرگ، ایجاد واحدی جداگانه با تفویض اختیارات لازم برای نوآوری است. این امر محیطی را خلق می‌کند که هر دو جنبه کسب و کار را حفظ می‌کند. به صورتی که واحد کارآفرینی به گونه‌ای آزاد از سیستم‌ها و رویه عمل می‌کند و از طرف دیگر منابع فعالیت‌های تجاری فعلی از

¹ - Thompson

² - Chang management

³ - Organizational Structure

⁴ - Systems

⁵ - Motivation

های آموزشی کار آفرینان در برنامه های آموزش فنی - حرفه ای و مهارتی اقدام نمود (بصیریان ، ۱۳۷۸) . مسأله آموزش و پرورش کار آفرینان ، اشتغال آزاد و ترویج کارگاه های کوچک، از سوی « سازمان بین المللی کار » و بسیاری از صاحب نظران و نویسندگان به منزله راهی به سوی تأمین بخشی از کسری فرصت های اشتغال قلمداد می گردد . مطالعات نیز نشان می دهد که برنامه های آموزش و پرورش کار آفرینان در کشورهای مختلف با سیاست گذاری و پشتیبانی های اجرایی دولت ها به سرانجام مطلوب رسیده است . این سیاست گذاری ها و پشتیبانی ها ، شامل فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی ، اصلاحات ساختاری ، نهادسازی ، ایجاد مؤسسات آموزشی دولتی ، خصوصی و آموزش کارآفرینی از طریق مدارس و دانشگاه ها بوده است .

کنت ای . لاکز^۳ (۱۹۸۲) بیان می کند : « در دو دهه گذشته پدیده قابل توجهی که به وقوع پیوسته است، فعالیت های برنامه ریزی شده و آگاهانه مربوط به توسعه موجب پیدایش کارآفرینان شده است . اما به نظر می رسد که هنوز اکثریت قابل توجهی از کار آفرینان از ترکیب تصادفی عوامل ارثی و عوامل محیطی به وجود می آیند.»

با توجه به تنگناهای اقتصادی فراوان، جوانی جمعیت ، نرخ بیکاری بالا و سایر

، گرچه کارآفرینان عمدتاً دارای انگیزش های درونی هستند و تمایل به آزادی و دستیابی به منابع شرکت و تجارب یادگیرنده دارند.. ولی آنها نیز هدفمند بوده و انتظار پاداش ،بازخورد و تقدیر را از جانب شرکت دارند. سیستم مناسب تقدیر برای این اشخاص بدون محدودیت بوده و برای هر شخص باید پاداش های مختص به او را در نظر گرفت به گونه ای که از بین چند گزینه ، اختیار انتخاب پاداشی را داشته باشد که بیشترین انگیزش را به او می دهد.

بعد هفتم: آموزش مستمر^۱:

همان گونه که می دانیم محیط های رقابتی ، بسیار پویا و متغیر است. سازمان های کارآفرین ، آموزش های مستمری را پیشنهاد می کنند که مشوق تفکر خلاقانه و یکپارچه بودن باشند و توانایی تیمی و شبکه های پشتیبان سازمان را تقویت نمایند (بوی یو^۲، ۲۰۰۴: ۱۴۳)

کارآفرینی و آموزش و پرورش:

اشتغال یکی از روش های مبارزه با فقر است. آموزش نیز از جمله عواملی به شمار می رود که دستیابی به اشتغال را آسان می سازد . امروزه صاحب نظران بر این عقیده اند که برای تسریع در امر ایجاد فرصت های شغلی در جامعه باید به نوع ویژه ای از آموزش و اشتغال یعنی گسترش قابلیت های کارآفرینی و اثر بخش نمودن برنامه

^۱ - Continuing education

^۲ - Bueo

^۳ - Kont E Lukze

آفرینی از یک سو و شناخت زمینه های مناسب بروز و پرورش این قابلیت ها در جامعه ، به ویژه در نظام آموزشی از سوی دیگر، توجه ویژه به آموزش فنی - حرفه ای و مهارتی (کار دانش) یعنی شناسایی، تقویت و اعمال ویژگی های سازمانی لازم در مدارس از جمله حمایت مدیریتی و ساختار سازمانی مناسب ، سیستم آموزشی اثر بخش و سیستم تشویق بر انگیزاننده می تواند افراد را برای ورود به بازار کار و اشتغال آماده و دستیابی به سایر اهداف مورد نظر و مرتبط با موضوع را محقق سازد با توجه به مسائل گفته شده هدف این پژوهش بررسی رابطه بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی با کار آفرینی سازمانی است. درحقیقت این پژوهش تلاش دارد تا به این سوال پاسخ دهد که آیا بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کار آفرینی سازمانی رابطه ای وجود دارد؟

پیشینه پژوهش:

در زمینه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی ادبیات موجود در ایران و جهان از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ مورد بررسی قرار گرفت و تمامی مولفه های آن استخراج گردید که از جمله آنها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- نوغانی (۱۳۸۹) پژوهشی تحت عنوان بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر رضایت از زندگی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد را انجام داده است. این مطالعه به صورت پیمایشی و با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای در بین

معضلات اجتماعی که متعاقب آنها بروز می کنند و با اذعان به تمامی ابعاد توسعه اقتصادی ، تأثیر توسعه کارآفرینی بر ایجاد اشتغال به تنهایی نیز ضرورت و اهمیت موضوع را روشن می سازد . اشتغال صرفاً جنبه تأمین درآمد را برای افراد ندارد بلکه دستیابی به شغل کارآمد زمینه ساز حضور در جریان سالم تحرک انسانی و ملی است . بیکاری، افراد را از جریان اصلی حیات جامعه دور می نماید و زمینه ساز فقر در ابعاد گوناگون می گردد که فقر اقتصادی یکی از آنهاست. (آذرنوش : ۱۳۷۷) .

کارآفرینی خلق و ایجاد بینشی ارزشمند از هیچ است ، یعنی فرآیند ایجاد و دستیابی به فرصت ها و دنبال کردن آنها است. بنابراین کارآفرین کسی است که توانایی آن را دارد که فرصت های کسب و کار را ببیند و آنها را ارزیابی کند سپس منابع لازم را جمع آوری و از آنها بهره برداری بهینه نماید و به عبارتی از راه ایجاد سازمان دهی مجموعه ای منحصر به فردی از منابع به دنبال بهره برداری اثر بخش از فرصت ها باشد که ویژگی های شاخص روانشناختی آنان عبارتند از: توفیق طلبی (نیاز به پیشرفت) ، تمایل به خلاقیت ، نیاز به استقلال، خطر پذیری، عزم و اراده (مرکز کنترل) است. (آقایی ، ۱۳۷۸ و احمدپور ۱۳۷۹) .

کار آفرینی اساساً اکتسابی است یعنی می شود که آن را به افراد آموزش ، تقویت و پرورش داد (احمد پور : ۱۳۷۶) بنابراین با شناخت قابلیت های روانشناختی کار

۵۵,۷٪ دختر هستند و اینکه ۸۲٪ آنها مجردند و ۸۹٪ بومی هستند متوسط سرمایه اجتماعی در نمونه مورد بررسی در حد پایین است (میانگین = ۱,۸۵۷) و دانشجویان از لحاظ سرمایه اجتماعی به هم شبیه نیستند و به طور متوسط ۰,۲۷ با میانگین فاصله دارد. اعتماد در بین دانشجویان در حد متوسط (میانگین = ۳,۴۲) و دانشجویان از حیث سرمایه اجتماعی در بعد اعتماد به هم شبیه هستند. میزان ارتباط اجتماعی در بین دانشجویان نیز در حد متوسط (میانگین = ۳,۲۲۹) و نمره ارتباط دانشجویان مورد بررسی به طور متوسط ۰,۵۷۸۷۳ با میانگین فاصله دارد. (انحراف معیار) میزان آگاهی و اطلاعات دانشجویان به طور متوسط در حد کم است (میانگین = ۲,۵۲۰۳) نگاهی به مقدار ضریب چولگی نشان می دهد که چولگی منفی و به چپ است یعنی اکثریت دانشجویان میزان مطالعه آزاد کمی دارند (چولگی = -۰,۱۲۷) و این دانشجویان از حیث سرمایه اجتماعی در بعد آگاهی و اطلاعات منفی و به هم غیر شبیه می باشند (کشیدگی = -۰,۳۴۵) همکاری و مشارکت دانشجویان به طور متوسط در حد کم است (میانگین = ۱,۴۶۱) و چولگی مثبت و راست است یعنی اکثر دانشجویان همکاری و مشارکت کمی دارند (چولگی = ۳,۵۳۰) و دانشجویان در بعد همکاری به هم شبیه اند. (کشیدگی = ۱۵,۴۰۱)

۴۲۵ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مشهد بوده است و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه ای محقق ساخته بوده است. برای تحلیل داده ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین سرمایه اجتماعی با میزان رضایت از زندگی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین متغیرهای مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و شبکه روابط اجتماعی با رضایت از زندگی هم رابطه معنادار وجود دارد. تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان می دهد که متغیر شبکه روابط اجتماعی بیشترین اثر را در تبیین تغییرات رضایت از زندگی دارد.

۲- فولادیان (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان بررسی میزان سرمایه اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مشهد انجام داده است. جامعه آماری این تحقیق، دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی مشهد و روش نمونه گیری آن چند مرحله ای می باشد و رشته های منتخب عبارتند از رشته های: ریاضی، زمین شناسی و کامپیوتر، عمران، برق، الهیات، ادبیات فارسی و ادبیات عرب، مطالعات خانواده و پزشکی که حجم نمونه آن به صورت جدول نمونه گیری کوکران ۴۰۰ نفر تعیین و برای گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد با توجه به اینکه در جامعه آماری ۱۷۷ نفر، یعنی ۴۴,۳٪ پسر و ۲۲۳ نفر یعنی

تحقیق از نوع همبستگی و به صورت پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری شامل ۵۴۴۳ نفر دبیران مرد و زن شهرستان اصفهان می باشد که از بین آنان با استفاده از فرمول کوکران، ۳۲۹ نفر به روش نمونه گیری طبقه ای انتخاب شدند. شیوه جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه بود. آلفای کرونباخ فعالیت شغلی ۰/۷۵ و برای سرمایه اجتماعی ۰/۸۵ بود. نتایج این پژوهش نشان داد که میانگین میزان سرمایه اجتماعی دبیران در یک طیف پنج درجه ای از یک تا پنج، ۲/۵۴ (اعتماد برابر با ۳/۰۲ و شبکه ارتباطات برابر با ۲/۱۰) و میانگین میزان فعالیت شغلی آنها برابر با ۲/۷۲ است. در مورد رابطه میان سرمایه اجتماعی و فعالیت شغلی دبیران، یافته های این تحقیق نشان داد که سرمایه اجتماعی با ابعاد فعالیت شغلی به ترتیب کیفیت آموزشی فعالیت ($r=0.42$)، میزان فعالیت آموزشی ($r=0.39$) و کیفیت پژوهشی فعالیت ($r=0.28$) رابطه داشته و هر سه مورد نیز معنادار هستند. به طور کلی ابعاد گوناگون سرمایه اجتماعی، ۱۹ درصد تغییرات فعالیت شغلی را تبیین کردند.

۵- سالار زاده (۱۳۸۵) پژوهشی تحت عنوان بررسی تاثیر میزان سرمایه اجتماعی بر رضایت شغلی معلمان انجام داده است. روش مطالعه در این تحقیق، پیمایشی است و از ابزار پرسشنامه ساخت یافته بهره گرفته شده است. متغیر سرمایه اجتماعی با مقیاس بولن و اونیکس و متغیر رضایت شغلی با مقیاس برایت فیلد اندازه گیری شده است.

۳- عباس زاده (۱۳۸۷) پژوهشی تحت عنوان بررسی جامعه شناختی تاثیر سرمایه اجتماعی بر دانش آفرینی انجام داده است. در این پژوهش، روش تحقیق، پیمایشی بوده و جامعه آماری پژوهش حاضر در برگیرنده اعضای هیات علمی دانشگاه اصفهان به تعداد ۴۷۶ نفر می باشد که از این تعداد، ۱۴۲ نفر بر اساس فرمول کوکران و به شیوه نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند. روش آماری مورد استفاده، شامل رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر بوده و برای محاسبه ضرایب مسیر، از برآوردهای روش لیزرل استفاده گردیده است. نتایج تحقیق، حاکی از آن است که بین دانش آفرینی و سرمایه اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد. این امر نشان می دهد که اگر بر سرمایه اجتماعی استادان افزوده شود، در این صورت، سطح دانش آفرینی نیز ارتقا خواهد یافت. نهایت امر این که، توان متغیرهای مستقل مورد استفاده در تبیین واریانس متغیر وابسته (دانش آفرینی)، ۱۹ درصد بوده است. مابقی، مربوط به تاثیر سایر متغیرها بوده که در تحقیق حاضر مدنظر نبوده اند.

۴- حقیقتیان (۱۳۸۶) پژوهشی تحت عنوان تاثیر سرمایه اجتماعی بر فعالیت شغلی دبیران مقطع متوسطه شهرستان اصفهان انجام داده است. در این پژوهش مولفه های سرمایه اجتماعی شامل کیفیت روابط (اعتماددورزی) و کمیت روابط (عضویت‌های گروهی و انجمنی و روابط همیارانه) مورد بررسی و سنجش قرار گرفته اند. روش

بود. که از طریق پرسشنامه چهار عامل تمرکز، همکاری، اتحاد بین بخش ها و رسمیت مورد سنجش قرار گرفت. که همه این فاکتورها با کارآفرینی در ارتباط مستقیم است.

۷- وان یسی و^۲ وهمکارانش (۲۰۰۸) پژوهشی تحت عنوان «ترویج و ترقی نوآوری از طریق جمع آوری سرمایه های فکری، سرمایه های اجتماعی و گرایش کارآفرینی» انجام داده اند. این پژوهش بیان می کند که چگونه یک شیوه عملیاتی موثر می تواند مزیت هایی از سرمایه فکری روی نوآوری را تقویت کند. خصوصا هدف اصلی از این تحقیق توسعه یک مدل فراگیر برای یکی کردن روابط وابسته در میان سرمایه اجتماعی، گرایش به کارآفرینی، سرمایه فکری و نوآوری است. بعلاوه تاثیرات سرمایه فکری روی نوآوری را مشخص و بیان می کند. این مقاله خصوصا تاثیرات غیر مستقیم سرمایه فکری و تاثیرات سرمایه اجتماعی و گرایش به کار آفرینی در نوآوری را بیان می کند. خصوصا شرکت هایی که سطح بالاتری از سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی، تمایل به توسعه و تقویت اثرات سرمایه فکری بر نوآوری را دارند.

رابرت لی^۳ (۲۰۰۹) پژوهشی تحت عنوان سرمایه اجتماعی، کار، تجارت و مدیریت انجام داده است. این پژوهش الگویی از بررسی سیستماتیک و ترکیب به روز از

حجم شامل ۳۵۰ نفر از معلمان ابتدایی نواحی ۲ و ۴ است که به روش نمونه گیری خوشه ای دو مرحله ای انتخاب شده اند. متغیر مستقل این تحقیق سرمایه اجتماعی و متغیر وابسته، رضایت شغلی است که نتایج به دست آمده رابطه معنی داری بین آنها نشان می دهد. از آنجا که این بررسی نخستین پژوهشی بود که تاثیر میزان سرمایه اجتماعی را بر رضایت شغلی در ایران مورد مطالعه قرار می داد، امید است راه را بر بررسی های بنیادی و کاربردی آتی در این زمینه هموار کند تا برنامه ریزی رفاه اجتماعی معلمان بتواند هم موجب افزایش سرمایه اجتماعی گردد و هم از این سرمایه در جهت افزایش رضایت مندی بهره گیرد.

۶- پیتر وندر ساج^۱ و همکارانش (۲۰۰۸) پژوهشی تحت عنوان «شرایط سازمانی برای هماهنگی (متحد شدن) کارآفرینی سازمانی در سازمان های هلند» انجام دادند. و مولفه های در نوسازی سازمان، نوآوری، ریسک کردن و ایجاد کارو تجارت جدید را کشف کردند. کارآفرینی بخاطر تاثیر منفعت آن روی قدرت تجدید حیات و عملکرد شرکت ها یک موضوع سود آور شد. مطالعات روی این موضوع، عمدتا روی فاکتورهای سازمانی مانند: آزادی، مرزهای سازمانی، حمایت مدیریت و... بود. این مقاله روی روابط بین ویژگی های سازمانی روی ۷۱۱ پاسخ در شرکت های هلند متمرکز شده

^۲ -Wann_Yih_Wu

^۳ -Robert_Lee

^۱ -Peter van der Sijde

جدول مورگان ۱۲۹ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. روش جمع آوری اطلاعات در این تحقیق شامل مطالعات کتابخانه ای و میدانی و همین طور برای کسب اطلاعات بیشتر از پرسشنامه نیز استفاده شده است.

به منظور سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه استاندارد ۳۰ سوالی مصطفی آشنا که در سال ۱۳۸۴ با پایایی ۰/۸۴٪ گزارش شده بود، و همچنین برای سنجش کارآفرینی سازمانی از سوالات جلیل صمد آقایی که در سال ۱۳۸۶ با پایایی ۰/۸۶٪ در طیف پنج درجه ای لیکرت استفاده شد. ضریب الفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه سرمایه اجتماعی ۰/۸۱٪ و برای کارآفرینی سازمانی ۰/۷۸٪ است. همچنین روایی محتوایی این پرسشنامه توسط اساتید متخصص بررسی و مورد تایید قرار گرفت.

ادبیات سرمایه اجتماعی و تجارت و مدیریت را اتخاذ می کند. بررسی نشان می دهد که تحقیق سرمایه اجتماعی متمرکز روی سه بعد هسته ای است. ساختاری، ارتباطی، شناختی. ساختار سرمایه اجتماعی شامل: تبادل اجتماعی و توالی تماس و اتصال سطح ها میان شبکه ها ارتباطی است دوم این که شناختی سرمایه اجتماعی اشاره به اعتماد، التزام (وظیفه) التزام یا توقع و شخصیت که روابط شبکه ها را هدایت می کند. سوم این که سرمایه اجتماعی که بیان ارتباطات، زبان و ابزارهای استفاده شده برای فهمیدن است. اما پیوندهای قوی بین ساختار و ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی در سرتاسر مکان اجتماعی و نواحی جغرافیایی نادیده گرفته شده اند.

روش شناسی پژوهش:

جامعه ی آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و معاونین دبیرستانهای شهرستان ساوه می باشد که بر اساس

مشخصه های آماری کارآفرینی

جدول ۳. مشخصه های آماری کارآفرینی (n=۱۲۹)

متغیر	میانگین وزنی	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
کارآفرینی	۳/۹۹	۰/۲۷	-۰/۱۷	۰/۰۴

باشد. به سخن دیگر انحراف استاندارد توزیع نیز برابر با ۰/۲۷ است

چنان که ارقام بدست آمده از جدول بالا نشان می دهد، میانگین وزنی افراد در پرسشنامه کارآفرینی برابر با ۳/۹۹ می باشد که بالاتر از نمره متوسط (یعنی ۳) می

مشخصه های آماری سرمایه اجتماعی

جدول ۳. مشخصه های آماری سرمایه اجتماعی و مولفه های آن (n=۱۲۹)

مولفه	میانگین وزنی	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
بعد ساختاری	۳/۷۱	۰/۲۳	-۰/۴۷	۲/۷۶
بعد ارتباطی	۴/۱۲	۰/۴۵	-۰/۰۶	-۰/۲۳
بعد شناختی	۴/۲۵	۰/۱۹	-۰/۵۳	۰/۰۰۸
کل (سرمایه اجتماعی)	۴/۱۴	۰/۱۷	-۰/۴۸	۰/۰۹

ارقام جدول بالا نشان می دهد اگرچه میانگین وزنی همه مولفه ها بالاتر از متوسط (نمره ۳) می باشد، اما بالاترین میانگین وزنی مربوط به بعد شناختی است (۴/۲۵). در بعد ساختاری، مدیران کمترین نمره را کسب کرده اند (۳/۷۱). به عبارت دیگر میانگین نمره آزمودنی ها در

کل پرسشنامه برابر با ۴/۱۴ می باشد. مقایسه انحراف استاندارد ها نیز نشان می دهد که پراکندگی نمرات در بعد شناختی کمتر از دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی است. فرضیه اصلی به دنبال بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی است. برای آن که اینکه مشخص شود رابطه آنها به چه صورتی است؟

جدول ۴: ماتریس همبستگی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

سرمایه اجتماعی	کارآفرینی سازمانی
سرمایه اجتماعی	$r = ۰/۳۵۸$ $p = ۰/۰۱$
کارآفرینی سازمانی	$r = ۰/۵۸$ $p = ۰/۰۱$

چنان که جدول بالا نشان می دهد، ضریب همبستگی محاسبه شده در سطح ۰/۰۱ معنادار است. ($r = ۰/۵۸$ ، $p = ۰/۰۱$) بنابراین می توان فرض صفر را در سطح ۰/۰۱ رد کرده و با ۹۹ درصد اطمینان نتیجه

گرفت که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت صحیح تر با افزایش سرمایه اجتماعی، میزان کارآفرینی نیز افزایش می یابد. از آنجا که سرمایه اجتماعی دارای سه بعد

ساختاری، ارتباطی و شناختی می باشد، بنابراین در این بخش رابطه هر یک از این ابعاد با سرمایه اجتماعی با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار می‌گیرد.

فرضیه اول: بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

این فرضیه به بررسی بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با کارآفرینی برای مشخص شدن نوع رابطه دومتغیر می پردازد.

جدول ۵: ماتریس همبستگی بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	بعد ساختاری
$r = ۰/۲۴۸$ $p = ۰/۰۱$	۱ بعد ساختاری
۱	$r = ۰/۲۴۸$ $p = ۰/۰۱$ کارآفرینی سازمانی

بر اساس اطلاعات جدول بالا رابطه بین دو متغیر بعد ساختاری و کارآفرینی سازمانی، در سطح $۰/۰۱$ مثبت و معنادار است. ($p = ۰/۰۱$)، بنابراین می توان فرض صفر را ($r = ۰/۲۴۸$) در سطح $۰/۰۱$ به نفع فرضیه تحقیق رد کرده و با ۹۹ درصد اطمینان نتیجه گرفت که با بهبود یافتن بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی افراد افزایش می یابد.

فرضیه دوم: بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

این فرضیه به دنبال این است که آیا بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه ای وجود دارد؟ و این رابطه چگونه است؟

جدول ۶: ماتریس همبستگی بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	بعد ارتباطی
$r_s = ۰/۱۷۷$ $p = ۰/۰۵$	۱ بعد ارتباطی
۱	$r_s = ۰/۱۷۷$ $p = ۰/۰۵$ کارآفرینی سازمانی

معنی داری وجود دارد. به عبارت صحیح تر هرچه بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی در محیطی بیشتر می شود، کارآفرینی سازمانی افراد نیز افزایش می یابد.

فرضیه سوم: بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه وجود دارد.

چنانکه در جدول بالا ملاحظه می شود، رابطه بین دو متغیر در سطح ۰/۰۵ معنادار می باشد. ($r = ۰/۱۷۷$ ، $p = ۰/۰۵$). بنابراین فرضیه صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را در سطح ۰/۰۵ رد کرده و با ۹۵ درصد اطمینان نتیجه می گیریم که بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و

جدول ۷: ماتریس همبستگی بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی	بعد شناختی
$r = ۰/۳۰۶$ $p = ۰/۰۱$	۱ بعد شناختی
۱	$r = ۰/۳۰۶$ $p = ۰/۰۱$ کارآفرینی سازمانی

اگرچه همبستگی میان ابعاد سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی توسط آزمون فرضیه ها مورد آزمون قرار گرفت، اما به منظور مشخص شدن سهم هر یک از ابعاد، در پیش بینی کارآفرینی سازمانی از رگرسیون چند متغیره (روش گام به گام) استفاده شد که نتایج مربوط به آن در جداول ۹ و ۸ نشان داده شده است.

ارقام به دست آمده از جدول بالا حاکی از آن است که بین دو متغیر بعد شناختی و کارآفرینی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. ($r = ۰/۳۰۶$ ، $p = ۰/۰۱$). بنابراین می توان فرضیه صفر را در سطح ۰/۰۱ رد کرده و با ۹۹ درصد اطمینان نتیجه گرفت که با افزایش بعد شناختی سرمایه اجتماعی، در سازمان، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می یابد.

جدول ۸: مدل با استفاده از روش گام به گام

مدل	متغیرهای پیش بین وارد شده در مدل	ضریب همبستگی (R)	مجذور ضریب همبستگی (R ^۲)	همبستگی تعدیل شده	انحراف استاندارد
۱	بعد شناختی	۰/۳۰۶	۰/۰۹۴	۰/۰۸۷	۳/۳۸
۲	بعد ساختاری	۰/۳۵۱	۰/۱۲۳	۰/۱۱۰	۳/۳۴

درصد از تغییرات کارآفرینی سازمانی وابسته به دو بعد شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی است. به طوری که سهم بعد شناختی حدود ۹/۵ درصد و سهم بعد ساختاری تقریباً برابر با ۲/۹ درصد می باشد.

برون داد بعدی رایانه تحلیل ضرایب رگرسیون مدل را نشان می دهد .

بر اساس اطلاعات جدول بالا از بین ابعاد سه گانه سرمایه اجتماعی، دو بعد شناختی و ساختاری وارد مدل شده و بعد ارتباطی وارد مدل نشده است. زیرا با افزایش آن به مدل مقدار R^2 به مقداری که از نظر آماری معنادار باشد، تغییر نمی کند همبستگی بین دو بعد شناختی و ساختاری با کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۳۵۱ می باشد. به عبارت دیگر تقریباً ۱۲/۳

جدول ۹: ضرایب هر یک از متغیرها در مدل اندازه گیری

متغیر های وارد شده در مدل	مدل	B	انحراف استاندارد	ضرایب استاندارد شده (Beta)	t	سطح معناداری
عرض از مبدا		۲۱/۰۸	۷/۲۴		۲/۹	۰/۰۱
بعد شناختی	ضریب متغیر	۰/۲۸	۰/۰۹	۰/۲۶	۳/۰۱	۰/۰۱
بعد ارتباطی	ضریب متغیر	۰/۶۹	۰/۳۳۱	۰/۱۸	۲/۰۹	۰/۰۳۹

سرمایه اجتماعی یعنی: بعد شناختی، ارتباطی و ساختاری با کارآفرینی سازمانی همبسته اند، اما چه اتفاقی افتاده است که ضریب بعد ساختاری در معادله رگرسیون معنادار نیست؟ این مطلب را می توان با استفاده از اطلاعات جدول زیر توجیه کرد:

بر اساس داده های موجود در جدول می توان معادله رگرسیون را به شرح زیر نوشت:

$$(Y) = 0.18(\text{بعد ساختاری}) + 0.26(\text{بعد شناختی}) + 0.69(\text{بعد ارتباطی})$$

کارآفرینی سازمانی پیش بینی شده بر پایه مدل رگرسیون بالا می توان گفت: با افزایش یک واحد در بعد شناختی و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی، به ترتیب به اندازه ۰/۲۶ و ۰/۱۸ واحد به کارآفرینی سازمانی افزوده می شود. این در حالی است که بعد ساختاری سرمایه اجتماعی نقشی در کاهش یا افزایش کارآفرینی سازمانی ندارند.

نکته قابل ذکر این است که اگرچه در آزمون فرض های مشخص شد هر سه بعد

جدول ۱۰: ماتریس همبستگی بین ابعاد سرمایه اجتماعی

۳	۲	۱	
		۱	۱. بعد شناختی
		$r = ۰/۲۰۱$	
	۱	$p.value = ۰/۰۱$	۲. بعد ارتباطی
	$r = ۰/۱۱۶$	$r = ۰/۲۷۰$	
۱	$p.value = ۰/۰۹$	$p.value = ۰/۰۱$	۳. بعد ساختاری

فرض بدین معناست که با کاهش یا افزایش مقدار عددی سرمایه اجتماعی، کارآفرینی درون سازمانی نیز کاهش یا افزایش می یابد. مدرسه ای که دارای سرمایه اجتماعی خوبی باشد، می تواند با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد، موجب شکوفایی ایده های جدید در افراد شود، و این ایده های جدید باعث خلاقیت در افراد گردد و در نهایت این خلاقیت موجب نوآوری و کارآفرینی در مدرسه خواهد شد. پس مدرسه که سرمایه اجتماعی خوبی دارد می تواند به صورت بالقوه مدرسه ای کارآفرین باشد و برعکس، مدرسه که در آن سرمایه اجتماعی وجود ندارد و یا در سطح مطلوبی قرار نداشته باشد، یادگیری و اعتماد (یکی از مولفه های اصلی سرمایه اجتماعی) بیش تر نخواهد بود، و این پایین بودن اعتماد باعث خواهد شد تا فرد کارآفرین در صورت شکست در انجام دادن کار مورد تنبیه قرار گیرد؛ لذا استراتژی بهینه برای فرد شکست خورده آن خواهد بود که خطا را نپذیرد و در پوشاندن و مخفی نمودن اشتباهات سعی

چنان که جدول نشان می دهد بعد ارتباطی به طور معناداری با بعد شناختی همبسته است و این همبستگی باعث شده است تا بعد ارتباطی مستقلاً با کارآفرینی رابطه معناداری داشته باشد. اما با وارد شدن بعد شناختی در معادله رگرسیون، نقش خود را از دست بدهد. به نظر می رسد بیشتر داده هایی که این بعد در بر دارد، توسط بعد «شناختی» ارائه شده است.

نتیجه گیری

مهم ترین نتایج این پژوهش را که پس از مطالعه عمیق و موشکافانه ادبیات داخلی و خارجی در این حوزه و همچنین انجام مطالعات میدانی که مشتمل بر پرسشنامه ای با ۴ مولفه و ۲۳ زیر مولفه می باشد، در قالب موارد زیر می توان طبقه بندی نمود: در تفسیر فرضیه اول سرمایه اجتماعی به پیوندها، ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد، که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می شود. بیان رابطه مستقیم در

نماید که البته این حالت خود باعث کاهش کارآفرینی درون سازمانی خواهد شد. در تفسیر فرضیه فرعی اول می‌توان گفت که با توجه به نتایج آزمون، این فرض که بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد تایید می‌شود و می‌توان گفت بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی در بین مدیران مدارس رابطه معنی‌داری وجود دارد. این بعد، در رابطه با ساختارها و فرایندهای مدیریتی، نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران بر عملکردشان، شفافیت در تصمیم‌گیری، میزان تصمیم‌گیری و اقدام بر اساس کار گروهی است. با توجه به ادبیات تحقیق و چارچوب نظری که فرض‌ها بر مبنای آن تهیه شده بود، فرض بر این بود که ساختارها و روابط افقی و عمودی که در آن تصمیم‌گیری و کار گروهی مطرح است؛ با کارآفرینی درون سازمانی رابطه داشته باشد؛ چرا که داشتن ساختار سازمانی مناسب در تصمیم‌گیری و انجام دادن کار به صورت گروهی موجب ایده‌پروری و نوآوری در سازمان و در نهایت کارآفرینی درون سازمانی می‌شود. این فرض‌ها در تحقیق حاضر تایید شده است؛ زیرا نوع ضریب همبستگی مثبت (مستقیم) است و سطح معناداری آن بالای ۹۹٪ است. بنابراین، می‌توان نتیجه‌گیری نمود که اگر مدرسه‌ها دارای بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بهتر و مناسب‌تری باشد، کارآفرینی درون سازمانی بهتر و بیش‌تر صورت می‌گیرد.

در تفسیر فرضیه فرعی دوم مبنی بر اینکه بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی

با کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. بعد ارتباطی، ارتباط میان افراد را مورد بررسی و تأیید قرار می‌دهد. در ارتباط متقابل میان انسان‌ها است که شبکه‌ای به وجود می‌آید که حامل سرمایه اجتماعی است. این بعد همانند تارهای نامرئی میان انسانها است و همین تارهای نامرئی است که زمینه‌ساز اعتماد میان افراد می‌شود. اگر این ارتباط نباشد، امکان شکل‌گیری اعتماد میان افراد نیز وجود ندارد. زیرا اعتماد همیشه در یک رابطه دوسویه شکل می‌گیرد. چون اگر ارتباط یک سویه باشد و در طرف مقابل هیچ واکنشی برانگیخته نشود، این رابطه کاملاً بی‌دوام است و به زودی قطع خواهد شد. در فرضیه فوق، رابطه بین دو متغیر در سطح ۰/۰۵ معنادار می‌باشد. و فرضیه فوق تایید شده است، زیرا نوع ضریب همبستگی مثبت (مستقیم) است و سطح معناداری آن بالای ۹۵٪ است.

بنابراین می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی دلالت بر قابلیت‌های جامعه برای ایجاد انواع انجمن‌های غیررسمی دارد و افزایش ارتباطات اجتماعی مدرسه با والدین دانش‌آموزان، بر سرمایه اجتماعی می‌افزاید. در نتیجه، نظام آموزشی می‌تواند با تقویت انجمن‌اولیا و مربیان و سعی و تلاش برای اخلاقی کردن و نه صرف قانونی کردن آن، سرمایه اجتماعی را قوام و دوام بخشد. باید دقت شود که عمل و رفتار مسئولان مدرسه به گونه‌ای نباشد که به کاهش

اعتماد اجتماعی والدین نسبت به این انجمن بینجامد.

در تفسیر فرضیه فرعی سوم مبنی بر اینکه که بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در جامعه آماری مورد تحقیق همان طور که گفته شد، این فرضیه با ۹۹٪ اطمینان تأیید گردید و می توان گفت که بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در جامعه آماری مورد تحقیق رابطه معنا داری وجود دارد.

این بعد در رابطه با پدیده هایی نظیر ارزش ها، نگرش ها، تعهدات، مشارکت، اعتماد موجود در سیستم می باشد. سازمان هایی که در آن مشارکت، تعهد و اعتماد در سطح بالاتری قرار دارد، افراد زمان کمی را صرف حراست و حمایت از خود در جهت استثمار نشدن در فعالیت ها می نمایند، و تبادل اطلاعات در سطح اعتماد بالا بیش تر صورت می گیرد و این ها باعث می شود تا فرد زمان زیادی را جهت فکر کردن، خلاقیت و نوآوری و در نهایت کارآفرینی داشته باشد. این فرض ها در تحقیق حاضر تایید شده است، زیرا نوع ضریب همبستگی مثبت (مستقیم) است و سطح معناداری آن بالای ۹۹٪ است. پس با کاربرد زور در تمامی صحنه های اجتماعی (تحصیل، اشتغال، ازدواج و...) اعتماد اجتماعی کاستی می یابد. بنابراین باید چگونگی استفاده از سازوکارهای زوری و قهری (که در برخی از مدارس به خصوصی ترین حوزه های زندگی فرد

نیز تعمیم می یابد، مانند شرکت اجباری در مراسم گوناگون) در مدارس با احتیاط بیشتری صورت گیرد چرا که کاربرد بیش از اندازه اجبار و کنترل اجتماعی (که به باور بسیاری از جامعه شناسان رابطه آن با فرایند درونی شدن اخلاق اجتماعی بسیار ضعیف است)، نه تنها به بی اعتمادی دانش آموزان به مدرسه و سست شدن پیوند اجتماعی آنان با مدرسه، معلم و ارزش های علم منجر می شود، بلکه میزان مشارکت، رضایت و تعهد اجتماعی آنان را در فعالیت های مدرسه و حتی بیرون از آن کاهش می دهد.

از سوی دیگر باید دست اندرکاران نظام آموزشی به این حقیقت واقف باشند که تشکیل انواع گروه های اجتماعی چه در درون مدرسه و چه در بیرون از آن مانند گروه های ورزشی، هنری، علمی، صنفی و... اعتماد دانش آموزان را به مدرسه افزایش می دهد و متقابلاً به گسترش سرمایه اجتماعی یاری می رساند. تشکیل این گونه گروه ها آنچنان اهمیت دارد که رابرت پاتنام نشاط حاصل از حضور در آنها را بیشتر از کسب مدرک دبیرستانی و دانشگاهی و یا دو برابر شدن درآمد می داند. در نتیجه بر مسئولان آموزش و پرورش (خاصه مدیران مدارس) فرض است که از این امر حیاتی و توسعه ساز، غفلت نکنند.

شواهدی وجود دارد که نشان می دهند، نظام آموزش و پرورش ما آن چنان که باید و شاید در هدایت دانش آموزان به مشارکت در امور

فوق برنامه موفق نبوده است. ضمن آن که تبعیض در واگذاری مسئولیت‌ها در مدرسه، دخالت ارگان‌های سیاسی خارج از مدرسه در امور پرورشی مدارس و سختگیری در محیط مدرسه، بر نداشتن مشارکت تأثیر داشته است.

بنابراین شایسته است در این جهت و در راستای جلوگیری از کاهش احساس مسئولیت اجتماعی همکارهای جمعی و افزایش روحیه فردگرایی در دانش‌آموزانی که نتیجه‌اش کاهش سرمایه اجتماعی و بالتبع دسترسی نداشتن به اهداف کلان نظام آموزشی است، در برنامه و سازوکارهای موجود تجدیدنظر اساسی به عمل آید.

- سرمایه اجتماعی به پیوندها، ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد، که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود.

- سرمایه اجتماعی خود حاصل روابط مبتنی بر اعتماد در جامعه است. جامعه‌ای از سرمایه اجتماعی برخوردار است که مردم در مراودات با یکدیگر و ارتباط با سازمان از سهولت، سادگی و انعطاف بسیار بالایی برخوردار باشد. بنابراین در مدارس که سرمایه اجتماعی بیشتر باشد تعامل و روابط میان اعضا و همچنین اولیا و دانش‌آموزان بیشتر بوده که به دلیل وجود اعتماد به وجود آمده میان آنها است. که خود می‌تواند زمینه‌ساز برای بروز خلاقیت و نوآوری باشد که گام‌های اولیه به سمت کار آفرینی می‌باشد.

- مدرسه و جامعه با هم در تعاملی پویا قرار دارند و بر این اساس اعضای جامعه تمایل دارند که مدارس در برابر آنان احساس مسئولیت نمایند چنانچه مردم احساس کنند که مدیر مدرسه در برابر آنان پاسخگو می‌باشد نگرش مثبتی به مدرسه پیدا می‌کنند و در نتیجه این جو، سرمایه‌ی اجتماعی تولید و بوجود می‌آید که با توجه به ارتباط آن با کارآفرینی سازمانی این امر می‌تواند زمینه‌ساز بروز فعالیتهای کارآفرینانه شود.

- برای ایجاد جو بین جامعه و مدارس، مدیران باید بدانند که کارکنان، دانش‌آموزان، شهروندان و همسایگان جزئی از مدیریت وی می‌باشد. چنانچه آنها آسیب ببینند مدیریت وی هم آسیب خواهد دید.

- مدیران باید کانون توجه خود را مورد تجدید نظر قرار داده و نگاه خود را متوجه مسائل شهروندان و مشتریان اصلی خود یعنی دانش‌آموزان نمایند (سیاست شهروندان اولویت اول در تمامی امورند) را مورد نظر قرار داده بدانند که باید به انتظارات و خواسته‌های شهروندان گوش فرا دهند.

- شناخت و بکارگیری سرمایه اجتماعی موجب شکوفایی ایده‌ها و تفکرات جدید در سازمان و افراد می‌شود که این ایده‌ها باعث افزایش خلاقیت و در نتیجه سبب نوآوری در سازمان می‌شود.

منابع

- آذرنوش، فریدون. (۱۳۷۷). توسعه کارآفرینی. ماهنامه تدبیر ۹۰. صفحات ۱۰-۲۱.
- آیت اللهی، محمد جواد و صدری، عباس. (۱۳۷۸). کارآفرینی. تهران، نشر کتابهای درسی.
- احمدپورداریانی، محمود. (۱۳۷۶). کارآفرینی، استراتژی مناسب برای افزایش بهره وری. ماهنامه تدبیر ۳۴. صفحات ۳۰-۷۷.
- احمدپورداریانی، محمود. مقیمی، محمد. (۱۳۸۵). نقش دولت در توسعه آموزش کارآفرینی. تدبیر. سال دهم. شماره ۱۵۴.
- احمد پورداریانی، محمود. (۱۳۸۷). کارآفرینی (تعاریف. نظریات: الگوها). تهران. جاجرمی
- الوانی، سید مهدی. مندجین، محمد رضا. (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی. سازمان مدیریت صنعتی. تهران
- بصریان، حمید. (۱۳۷۸). کارآفرینی و نظام آموزش عمومی. نشریه کار و جامعه، تهران. وزارت کار.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰)، "دموکراسی و سنتهای مدنی"، ترجمه: محمد تقی دلفروز.
- تاجبخش، کیان. ثقفی، مراد. کوهستانی نژاد، مسعود. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی و سیاست های اجتماعی. فصلنامه رفاه اجتماعی. تاریخ دسترسی ۸۹/۳. www.sid.ir
- حسن مرادی، نرگس. (۱۳۸۷). مدیریت کارآفرینی. تهران. موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت
- علوی، سید بابک. (۱۳۸۰). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه. تدبیر. سال دوازدهم. شماره ۱۱۶. ص ۳۴
- فراهانی، حمید. نظری، غلامرضا. (۱۳۸۸). نقش سرمایه اجتماعی در بهره وری نیروی کار. ماهنامه تدبیر. سال بیستم. شماره ۱۸۸
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، "بنیادهای نظریه اجتماعی"، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- کوهکن، علیرضا. (۱۳۸۷). مولفه های سرمایه اجتماعی اسلامی. راهبرد یاس. شماره ۱۷. ص ۱۲۴-۱۳۲
- گروسی، سعیده. (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی در شهر کرمان. پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه علوم اجتماعی. دانشگاه شهید باهنر. کرمان

- Anckar, Dag.(2007) "Social Capital and Democracy", Department of Political Science, Åbo Akademi.
- Antonic, B-
Hisrich, R.D.(2003) "*Clarifying the intrapreneurship Concept*", Journal of Small Business and Enterprise Development Vol.10, No. 1, pp. 7-24
- Bueo, E., Salmador, M.P. and Rodriguez, O. (2004) "*The role of social capital in today's economy*" Journal of Intellectual capital, Vol. 5 No. 4
- Francis Fukuyama.(1999) "Social Capital And Civil Society", conference on second Generation Reform
- Lee Robert." Social capital and business and management: Setting a research agenda" International Journal of Management Reviews. Oxford: Sep 2009. Vol. 11, Iss. 3; pg. 247
- Putnam, Robert. "Social Capital: Measurement and Consequences", Kennedy School of Government, Harvard University
- Thompson john & Geoff ALVY , (2000) "The works of the ntrepreneur" vol. 38 ,No.5.
- Wann-Yih Wu, Man-Ling Chang, Chih-Wei Chen." Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation" R & D Management. Oxford: Jun 2008. Vol. 38, Iss. 3; pg. 265

- مبشری، محمد. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی چیست؟. روزنامه همشهری. سال شانزدهم. شماره ۶۷۹. صفحه ۱۶.
- موسائی، میثم. راعی صدقیانی، سعید. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی: طرح یک نگرش نوین. مجله راهبرد یاس. شماره ۱۷. ص ۵۷-۷۸