

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت دولتی گرایش مدیریت منابع انسانی

عنوان:

بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقای کارآفرینی سازمانی با رویکرد تطبیقی

استاد (اساتید) راهنما:
دکتر نورمحمد یعقوبی

استاد مشاور:
دکتر امین رضا کمالیان

تحقیق و نگارش:
جمشید مولودی افشرد

(این پایان نامه از حمایت مالی معاونت پژوهشی دانشگاه سیستان و بلوچستان بهره مند شده است)

تیر ۱۳۹۰

بِسْمِ تَعَالَى

این پایان نامه با عنوان تاثیر سرمایه اجتماعی بر ارتقای کارآفرینی سازمانی با رویکرد تطبیقی قسمتی از برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد مدیریت دولتی توسط جمشید مولودی افشرد تحت راهنمایی استاد پایان نامه دکتر نورمحمد یعقوبی و مشاوره دکتر امین رضا کمالیان تهیه شده است. استفاده از مطالب آن به منظور اهداف آموزشی با ذکر مرجع و اطلاع کتبی به حوزه تحصیلات تکمیلی دانشگاه سیستان و بلوچستان مجاز می باشد.

جمشید مولودی افشرد
امضاء

این پایان نامه واحد درسی شناخته می شود و در تاریخ توسط هیئت داوران بررسی و درجه به آن تعلق گرفت.

تاریخ

امضاء

نام و نام خانوادگی

استاد راهنما: دکتر یعقوبی

استاد مشاور: دکتر کمالیان

داور ۱:

داور ۲:

نماینده تحصیلات تکمیلی:

تعهد نامه اصالت اثر

اینجانب جمشید مولودی افشرد تأیید می کنم که مطالب مندرج در این پایان نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پایان نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح یا بالاتر ارائه نشده است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو: جمشید مولودی

امضاء

تقدیم به:

تقدیم به مادر خوب و مهربانم،

خواهران و برادران عزیزم

و همه کسانی که نشان درد فقر زندگی ام جاودانه می مانند

و چراغی برای ادامه راهم می شوند

چکیده

هدف این مطالعه بررسی رابطه بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی و ابعاد آن و نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای کارآفرینی سازمانی است. روش کار بدین صورت است که ابتدا میزان همبستگی بین عوامل بررسی شده و در صورت تأیید رابطه بین متغیرها، به تحلیل عاملی برای اثبات این قضیه که، آیا این متغیر مستقل می تواند جز یکی از عامل های مهم برای متغیر وابسته باشد، پرداخته می شود و در نهایت اگر عامل بودن متغیر مستقل برای متغیر وابسته اثبات شد میزان متغیر مستقل برای ارتقای متغیر وابسته سنجیده می شود و بررسی می شود که کدام عامل یا بعد نقش بیشتری در ارتقا متغیر وابسته ایفا می کند. برای این کار، چند نمونه از سازمانهای آذربایجان شرقی در بخش های مختلف دولتی و خصوصی و تعاونی را جهت انجام این مطالعه انتخاب شده است که بعد از اثبات مفروضات بالا به مطالعه و مقایسه تطبیقی این سازمان ها از نظر میزان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی پرداخته می شود. داده های این مطالعه توسط پرسشنامه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی به طور جداگانه جمع آوری شده اند، و با استفاده از آزمون های *One-Way ANOVA*، *Independent-sample T test*، آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی، آزمون فریدمن، تحلیل عاملی، تحلیل ساختاری و آزمون های منطق فازی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. از دید پاسخ دهندگان بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی دار در همه ابعاد مورد مطالعه وجود داشته و با تغییر در هر کدام از ابعاد سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی هم تغییر می کند. نتایج آزمون رگرسیون نشان دهنده شدت تاثیر متغیر مستقل سرمایه اجتماعی با توجه به ابعاد تشکیل دهنده آن (ابعاد شناختی، ارتباطی و ساختاری) بر متغیر وابسته (کارآفرینی سازمانی) برابر $0/558$ است که این نشان دهنده همبستگی قوی بین این دو متغیر است. همچنین نتایج نشان می دهد که در دو ایتِم (ریسک پذیری، رقابت تهاجمی) از ایتِم ها مورد مطالعه بین سه سازمان در این تحقیق تفاوت معنی داری بین میانگین هایشان وجود دارد و نیز تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی در مردان و زنان معنی دار بوده و این در این ایتِم مقدار میانگین سرمایه اجتماعی در مردان بیشتر از زنان می باشد. همچنین مدل مفهومی استفاده شده برای سنجش و بررسی رابطه بین دو متغیر مستقل و وابسته دارای روایی مناسب و خوب می باشد. همچنین طبق آزمون های فازی مورد استفاده در این تحقیق می توان گفت مقدار سرمایه اجتماعی بیشتر از متوسط باشد و زمانی کارآفرینی سازمانی به اوج خود خواهد رسید که ما هر سه بعد (شناختی، ارتباطی و ساختاری) را بتوانیم به اندازه مناسب ارتقا دهیم.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، مدل های کارآفرینی سازمانی، برزندگی مدل، منطق فازی.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات تحقیق
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- بیان مسئله.....
۴	۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق
۶	۴-۱- اهداف تحقیق:
۶	۱-۴-۱- اهداف اصلی تحقیق.....
۶	۲-۴-۱- اهداف فرعی
۷	۵-۱- چارچوب مفهومی تحقیق
۷	۶-۱- سوالات تحقیق.....
۷	۱-۶-۱- سوالات اصلی تحقیق:
۸	۲-۶-۱- سوالات فرعی تحقیق:
۱۰	۷-۱- روش تحقیق.....
۱۰	۸-۱- روش گردآوری اطلاعات
۱۱	۹-۱- روایی و پایایی پرسش نامه.....
۱۱	۱۰-۱- نحوه تجزیه و تحلیل و آزمون های آماری مورد استفاده.....
۱۱	۱۱-۱- قلمرو تحقیق.....
۱۱	۱-۱۲-۱- محدوده مکانی.....
۱۲	۲-۱۲-۱- محدوده زمانی.....
۱۲	۱۳-۱- چهارچوب پایان نامه
۱۳	۱۴-۱- تعریف مفاهیم کلیدی تحقیق.....
۱۵	۱۵-۱- خلاصه فصل اول.....
۱۶	فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق
۱۷	۱-۲- بخش اول: سرمایه اجتماعی.....
۱۷	۱-۱-۲- مقدمه.....
۱۸	۲-۱-۲- مفهوم سرمایه اجتماعی.....
۲۲	۳-۱-۲- سیرتاریخی تحولات سرمایه اجتماعی.....
۲۳	۴-۱-۲- چارچوب نظری شکل گیری سرمایه اجتماعی.....
۲۵	۵-۱-۲- نظریه پردازان سرمایه اجتماعی
۲۵	۱-۵-۱-۲- رابرت پوتنام.....
۲۶	۲-۵-۱-۲- جیمز کلمن.....

۲۷ ۳-۵-۱-۲- پیربوردیو (۲۰۰۰ - ۱۹۳۰)
۲۸ ۴-۵-۱-۲- فرانسیس فوکویاما
۲۸ ۵-۵-۱-۲- نان لین
۲۹ ۶-۱-۲- مطالعه صورت گرفته برای اندازه گیری سرمایه اجتماعی
۲۹ ۱-۶-۱-۲- پونتام ۱۹۹۳
۳۰ ۲-۶-۱-۲- کریشنا و شردار ۱۹۹۹
۳۰ ۳-۶-۱-۲- رز ۱۹۹۹
۳۰ ۴-۶-۱-۲- کریشنا و آف ۱۹۹۹
۳۱ ۵-۶-۱-۲- ویتلی ۲۰۰۰
۳۱ ۶-۶-۱-۲- برم و ران ۱۹۹۷
۳۲ ۷-۶-۱-۲- گروتارت ۲۰۰۰
۳۲ ۸-۶-۱-۲- نارایان و پریچت ۱۹۹۷
۳۲ ۹-۶-۱-۲- یولوند و اسوندسون ۲۰۰۲
۳۳ ۱۰-۶-۱-۲- استون و هوگس ۲۰۰۲
۳۳ ۷-۱-۲- عناصر سرمایه اجتماعی
۳۶ ۸-۱-۲- مولفه های کلیدی و شاخص های سرمایه اجتماعی
۳۷ ۹-۱-۲- سطوح (طبقه بندی) و شاخص های سرمایه های اجتماعی
۳۸ ۱۰-۱-۲- مشکل سنجش سرمایه اجتماعی
۳۹ ۱۱-۱-۲- سرمایه اجتماعی در نظام اقتصادی
۴۱ ۱۲-۱-۲- اشکال سرمایه از دیدگاه بانک جهانی
۴۱ ۱۳-۱-۲- چهار استدلال در مورد اینکه سرمایه اجتماعی نوعی از سرمایه است
۴۲ ۱۴-۱-۲- سرمایه اجتماعی و توسعه
۴۵ ۲-۲- بخش دوم: کارآفرینی سازمانی
۴۵ ۱-۲-۲- مقدمه
۴۵ ۲-۲-۲- مفهوم کارآفرینی
۴۶ ۳-۲-۲- ویژگیهای سازمان های کارآفرین
۴۷ ۳-۲-۲- انواع کارآفرینی
۴۷ ۱-۳-۲-۲- کارآفرینی فردی و گروهی
۴۸ ۲-۳-۲-۲- کارآفرینی فردی و سازمانی
۵۰ ۴-۲-۲- کارآفرینی سازمانی
۵۳ ۵-۲-۲- سیر تکوینی کارآفرینی سازمانی
۵۴ ۶-۲-۲- مدل های کارآفرینی سازمانی
۵۴ ۱-۶-۲-۲- مدل کارآفرینی سازمانی کارنوال و پرلمن
۵۵ ۲-۶-۲-۲- مدل کارآفرینی سازمانی کوراتو و نافزیگر

۵۶ مدل کارآفرینی سازمانی اکولز و نیک.....
۵۷ مدل کارآفرینی سازمانی تامپسون.....
۵۸ مدل کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ.....
۵۸ کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی.....
۶۰ عوامل درون سازمانی و برون سازمانی موثر بر کارآفرینی سازمانی.....
۶۰ عوامل دورن سازمانی
۶۳ عوامل برون سازمانی.....
۶۶ طبقه بندی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در ابعاد مختلف
۶۶ انواع سازمانهای کارآفرین.....
۶۸ سنجش کارآفرینی سازمانی با توجه به اهداف مختلف برای تحقیق.....
۷۲ بخش سوم: پیشینه مطالعات و تحقیقات انجام شده.....
۷۲ بررسی خلاقیت به عنوان پیش درآمدی بر کارآفرینی
۷۲ فرهنگ و کارآفرینی سازمانی.....
۷۳ بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی.....
۷۴ طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرایند کارآفرینی سازمانی
۷۴ اثر نوآوری و سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی در ایران.....
۷۴ بررسی کارآفرینی درون سازمانی در سازمانها دولتی.....
۷۵ سرمایه اجتماعی و جنسیت در محیط کار.....
۷۵ سرمایه اجتماعی و نوآوری.....
۷۶ نقش سرمایه اجتماعی در بهره وری نیروی کار.....
۷۶ بررسی و تبیین مدل بومی موانع داخلی کارآفرینی سازمانی.....
۷۷ بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی محوری
۷۷ سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در آسیا.....
۷۷ بررسی تاثیر هنجارهای اجتماعی بر فعالیت های کارآفرینانه.....
۷۸ خلاصه فصل دوم.....
۷۹ فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۸۰ ۱-۳ مقدمه.....
۸۰ ۲-۳ روش تحقیق.....
۸۰ ۳-۳ جامعه آماری و حجم نمونه.....
۸۲ ۷-۳ روش جمع اوری داده ها.....
۸۲ ۷-۳ روایی و پایایی پرسشنامه.....
۸۳ ۸-۳ مقیاس پرسشنامه.....
۸۳ ۹-۳ روش اجرای پرسشنامه.....
۸۳ ۱۰-۳ روش تجزیه وتحلیل.....

۸۴ خلاصه فصل سوم..... ۱۱-۳
۸۵ فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده های تحقیق
۸۶ ۱-۴ مقدمه.....
۸۷ ۲-۴ ویژگی های جامعه آماری برحسب متغیر های جمعیت شناختی.....
۸۷ ۱-۲-۴ نمودارهای شاخص های جمعیت شناختی.....
۹۰ ۲-۲-۴ آماره های توصیفی متغیرها.....
۹۱ ۳-۴ آزمون سوالات تحقیق.....
۹۱ ۱-۳-۴ سوال اصلی اول
۹۱ ۱-۱-۳-۴ سوال فرعی اول
۹۲ ۲-۱-۳-۴ سوال فرعی دوم
۹۳ ۳-۱-۳-۴ سوال فرعی سوم
۹۴ ۴-۱-۳-۴ سوال فرعی چهارم
۹۵ ۲-۳-۴ سوال اصلی دوم
۹۹ ۳-۳-۴ سوال اصلی سوم
۹۹ ۱-۳-۳-۴ سوال فرعی اول
۱۰۲ ۲-۳-۳-۴ سوال فرعی دوم.....
۱۰۵ ۳-۳-۳-۴ سوال فرعی سوم
۱۰۷ ۴-۳-۴ سوال اصلی چهارم.....
۱۱۰ ۵-۳-۴ سوال اصلی پنجم
۱۱۰ ۱-۵-۳-۴ سوال فرعی اول:
۱۱۱ ۲-۵-۳-۴ سوال فرعی دوم:
۱۱۲ ۳-۵-۳-۴ سوال فرعی سوم
۱۱۳ ۴-۵-۳-۴ سوال فرعی چهارم
۱۱۴ ۶-۳-۴ سوال اصلی ششم
۱۱۴ ۱-۶-۳-۴ سوال فرعی اول.....
۱۱۵ ۲-۶-۳-۴ سوال فرعی دوم.....
۱۱۶ ۳-۶-۳-۴ سوال فرعی سوم.....
۱۱۷ ۴-۶-۳-۴ سوال فرعی چهارم.....
۱۱۹ ۷-۳-۴ سوال اصلی هفتم.....
۱۱۹ ۱-۷-۳-۴ سوال فرعی اول
۱۲۰ ۲-۷-۳-۴ سوال فرعی دوم
۱۲۱ ۸-۳-۴ سوال اصلی هشتم.....
۱۲۱ ۱-۸-۳-۴ سوال فرعی اول.....
۱۲۲ ۲-۸-۳-۴ سوال فرعی دوم

۱۲۳ سوال اصلی نهم ۹-۳-۴
۱۲۳ سوال فرعی اول ۱-۹-۳-۴
۱۲۴ سوال فرعی دوم ۲-۹-۳-۴
۱۲۵ خلاصه فصل چهارم ۴-۴
۱۲۶ فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات تحقیق
۱۲۷ ۱-۵ مقدمه
۱۲۷ ۲-۵ خلاصه یافته های پژوهش
۱۲۸ ۳-۵ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها
۱۲۸ ۱-۳-۵ نتایج سوالات اصلی اول
۱۲۸ ۲-۳-۵ نتایج سوالات اصلی دوم
۱۲۹ ۳-۳-۵ نتایج سوالات اصلی سوم
۱۳۰ ۴-۳-۵ نتایج سوالات اصلی چهارم
۱۳۰ ۵-۳-۵ نتایج سوالات اصلی پنجم و ششم
۱۳۱ ۶-۳-۵ نتایج سوالات اصلی هفتم
۱۳۱ ۷-۳-۵ نتایج سوالات اصلی هشتم
۱۳۲ ۸-۳-۵ نتایج سوالات اصلی نهم
۱۳۲ ۴-۵ پیشنهادات تحقیق
۱۳۲ ۱-۴-۵ پیشنهادهایی مبتنی بر نتایج و یافته های تحقیق
۱۳۳ ۲-۴-۵ پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۱۳۴ ۵-۵ محدودیت های انجام تحقیق
۱۳۵ ۶-۵ خلاصه فصل پنجم
۱۳۶ فهرست منابع و ماخذ
۱۴۸ ضمائم

فهرست جداول

صفحه	عنوان جدول
۵۱	جدول ۳-۲: تعریف کارآفرینی سازمانی از دید نظریه پردازان (منبع: کاوسی و شاه حسینی، ۲۰۰۹).
۵۲	جدول ۴-۲: تعاریف مختلف کارآفرین سازمانی از دید محققان (منبع: کاوسی و شاه حسینی، ۲۰۰۹).
۹۰	جدول (۱-۲-۲-۴): جدول آماره های توصیفی ابعاد کارآفرینی سازمانی
۹۰	جدول (۲-۲-۲-۴): جدول آماره های توصیفی ابعاد سرمایه اجتماعی
۹۱	جدول (۱-۱-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین ابعاد کارآفرینی سازمانی و بعد شناختی سرمایه اجتماعی
۹۱	جدول (۲-۱-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین کارآفرینی سازمانی و بعد شناختی سرمایه اجتماعی
۹۲	جدول (۱-۲-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین ابعاد کارآفرینی سازمانی و بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی
۹۲	جدول (۲-۲-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین کارآفرینی سازمانی و بعد ارتباطی از سرمایه اجتماعی
۹۳	جدول (۱-۳-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین ابعاد کارآفرینی سازمانی و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی
۹۳	جدول (۲-۳-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین کارآفرینی سازمانی و بعد ساختاری از سرمایه اجتماعی
۹۴	جدول (۱-۴-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین ابعاد کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی
۹۴	جدول (۲-۴-۱-۳-۴): آزمون همبستگی بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی
۹۵	جدول (۱-۲-۳-۴): مدل رگرسیون خلاصه شده مربوط به سوال اصلی دوم
۹۵	جدول (۲-۲-۳-۴): جدول ANOVA؛ جدول آنالیز واریانس سوال اصلی دوم
۹۶	جدول (۲-۲-۳-۴): جدول Coefficient؛ جدول عامل های مشترک در معادله رگرسیونی
۹۸	جدول (۱-۲-۳-۴): شاخص های برازندگی مربوط به معادله رگرسیونی
۱۰۰	جدول (۱-۱-۳-۳-۴): شاخص های برازندگی مربوط به تحلیل عاملی سرمایه اجتماعی
۱۰۴	جدول (۱-۲-۳-۳-۴): شاخص های برازندگی مربوط به تحلیل عاملی سرمایه اجتماعی
۱۰۶	جدول (۱-۳-۳-۳-۴): شاخص های برازندگی مربوط به معادله رگرسیونی
۱۱۰	جدول (۱-۵-۳-۴): آزمون T مستقل مربوط به سرمایه اجتماعی با توجه به نوع سازمان (n=۳۲۲).
۱۱۱	جدول (۲-۵-۳-۴): آزمون T مستقل مربوط به سرمایه اجتماعی با توجه به نوع سازمان (n=۲۴۳).
۱۱۲	جدول (۳-۵-۳-۴): آزمون T مستقل مربوط به سرمایه اجتماعی با توجه به نوع سازمان (n=201).
۱۱۳	جدول (۴-۵-۳-۴): آزمون ANOVA مربوط به سرمایه اجتماعی با توجه به نوع سازمان (n=383).
۱۱۴	جدول (۱-۶-۳-۴): آزمون T مستقل مربوط به کارآفرینی سازمانی با توجه به نوع سازمان (n=۳۲۲).
۱۱۵	جدول (۲-۶-۳-۴): آزمون T مستقل مربوط به کارآفرینی سازمانی با توجه به نوع سازمان (n=۲۴۳).
۱۱۶	جدول (۳-۶-۳-۴): آزمون T مستقل مربوط به کارآفرینی سازمانی با توجه به نوع سازمان (n=۲۰۱).
۱۱۷	جدول (۴-۶-۳-۴): آزمون ANOVA مربوط به سرمایه اجتماعی با توجه به نوع سازمان (n=383).
۱۱۹	جدول شماره (۱-۷-۳-۴): آزمون T مستقل سرمایه اجتماعی با توجه به شاخص جنسیت (n=383).
۱۲۰	جدول شماره (۲-۷-۳-۴): آزمون T مستقل کارآفرینی سازمانی با توجه به شاخص جنسیت (n=383).
۱۲۱	جدول شماره (۱-۸-۳-۴): آزمون ANOVA سرمایه اجتماعی با توجه به شاخص های جمعیت شناختی.
۱۲۲	جدول شماره (۲-۸-۳-۴): آزمون ANOVA کارآفرینی سازمانی با توجه به شاخص های جمعیت شناختی

۱۲۳

جدول (۱-۱-۹-۳-۴): آزمون فریدمن جهت رتبه بندی میانگین ابعاد سرمایه اجتماعی

۱۲۴

جدول (۱-۲-۹-۳-۴): آزمون فریدمن جهت رتبه بندی میانگین ابعاد کارآفرینی سازمانی

فهرست اشکال و نمودارها

صفحه	عنوان نمودار
۷	نمودار ۱-۱- چارچوب مفهومی تحقیق
۱۲	نمودار ۲-۱- چهارچوب پایان نامه
۵۴	نمودار ۱-۲- مدل کارآفرینی سازمانی کارنوال و پرلمن (مقیمی، ۱۳۸۴)
۵۵	نمودار ۲-۲- مدل کارآفرینی سازمانی کوراتو و نافزیگر (مقیمی، ۱۳۸۴)
۵۶	نمودار ۳-۲- مدل کارآفرینی سازمانی اکولز و نیک (مقیمی، ۱۳۸۴)
۵۷	نمودار ۴-۲- مدل کارآفرینی سازمانی تامپسون (مقیمی، ۱۳۸۴)
۶۶	نمودار ۵-۲- عوامل درونی و بیرونی موثر بر کارآفرینی سازمانی
۸۷	نمودار (۱-۲-۴): توزیع فراروانی پاسخ دهندگان بر حسب سازمان های مربوطه
۸۷	نمودار (۲-۱-۴): توزیع فراروانی پاسخ دهندگان بر حسب جنسیت
۸۸	نمودار (۳-۱-۴): توزیع فراروانی پاسخ دهندگان بر حسب سن افراد
۸۸	نمودار (۴-۱-۴): توزیع فراروانی پاسخ دهندگان بر حسب میزان تحصیلات
۸۹	نمودار (۵-۱-۴): توزیع فراروانی پاسخ دهندگان بر حسب سطح شغلی یا رتبه سازمانی
۸۹	نمودار (۶-۱-۴): توزیع فراروانی پاسخ دهندگان بر حسب سابقه شغلی یا تجربه سازمانی
۹۷	نمودار (۱-۲-۳-۴): نمودار معادلات ساختاری بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی
۹۷	نمودار (۲-۲-۳-۴): نمودار ضرایب معنی داری (T-value) مربوط به معادلات ساختاری بین متغیرها
۹۹	نمودار (۱-۱-۳-۳-۴): نمودار معادلات ساختاری (Estimate) یا تحلیل عاملی سرمایه اجتماعی
۱۰۰	نمودار (۲-۲-۳-۳-۴): نمودار ضرایب معنی داری (T-value) تحلیل عاملی
۱۰۲	نمودار (۱-۲-۳-۳-۴): نمودار معادلات ساختاری (Estimate) یا تحلیل عاملی کارآفرینی سازمانی
۱۰۳	نمودار (۱-۲-۳-۳-۴): نمودار ضرایب معنی داری (T-value) تحلیل عاملی
۱۰۵	نمودار (۱-۳-۳-۳-۴): نمودار معادلات ساختاری بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی
۱۰۵	نمودار (۱-۳-۳-۳-۴): نمودار ضرایب معنی داری (T-value) مربوط به معادلات ساختاری بین متغیرها
۱۰۷	نمودار (۱-۴-۳-۴): نمودار فازی مربوط به تاثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (ابعاد بیشتر از متوسط)
۱۰۸	نمودار (۲-۴-۳-۴): نمودار فازی مربوط به تاثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (ابعاد کمتر از متوسط)
۱۰۸	نمودار (۳-۴-۳-۴): نمودار فازی سه بعدی مربوط به ابعاد شناختی و ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی
۱۰۹	نمودار (۴-۴-۳-۴): نمودار فازی سه بعدی مربوط به ابعاد ساختاری و ارتباطی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

امروزه در عصر دانش، سازمانها با به کار گیری دارائی های نامشهود که منابع ارزشی جدیدی محسوب می شوند، از مزیت رقابتی خاصی بهره می جویند، این وضعیت ، با اهمیت فرایند خلق و تسهیم دانش تعریف شده که گویای اهمیت سرمایه اجتماعی بعنوان پدیده مدیریتی جدید می باشد. از سوی دیگر، کارآفرینی درون سازمانی نیز به توسعه محصولات و خدمات جدید، نوآوری در محصولات و خدمات و همچنین ایجاد واحد و شعبات جدید منجر شده است و در نهایت مزیت رقابتی خاص برای سازمان فراهم می آورد.

بیشتر تحقیقات صورت گرفته روی کارآفرینی، از نوع تعیین ویژگی های شخصیتی کارآفرینان و از نوع ساختار و موقعیت محیطی بوده است که به دلیل عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی، یعنی عوامل غیر اقتصادی، مورد انتقاد قرار گرفته است. امروزه کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان علوم اجتماعی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می توانند رابطه کارآفرینی را با منابع و فرصت ها، محدود یا تسهیل نمایند. منظور از شبکه، مجموعه افرادی است که از طریق روابط خاصی با یکدیگر در ارتباط هستند. این تحقیق به دنبال بررسی ابعاد اجتماعی کارآفرینی در بخش تعاون می باشد. برای این منظور برای بررسی شبکه روابط اجتماعی از مفهوم سرمایه اجتماعی استفاده می شود (احمدپور، ۱۳۷۸). این سرمایه از مفاهیم جدیدی است که نقشی بسیار اساسی از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان ها و جوامع ایفا می کند و امروزه در جامعه شناسی و اقتصاد و به تازگی در مدیریت و سازمان بصورت گسترده مورد استفاده قرار گرفته است. این مفهوم به ارتباطات بین اعضای شبکه به عنوان منبع ارزشمند اشاره دارد، که با ایجاد هنجارها و اعتماد متقابل موجب دستیابی به اهداف اعضا می شود.

۱-۲- بیان مسئله

رابطه میان انواع مختلف سرمایه های اجتماعی و تغییرات اقتصادی، مانند رشته نخ‌ی طلایی در تار و پود ادبیات اقتصادی اجتماعی ریشه دوانده است. با این وجود، به غیر از مطالعات مختصری که بر روی گروه های نژادی و اقلیت ها صورت گرفته است (همانند آثار کایل در سال ۱۹۹۰)، کتاب ها و مقالات اندکی به بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی پرداخته اند.

پژوهشگران بطور روزافزون جنبه های مختلف این موضوع (سرمایه اجتماعی) را در چارچوب «کارآفرینی» و «کارآفرینی بعنوان پدیده جمعی» مورد بررسی قرار داده اند. مسئله مهمی که چندان مورد توجه قرار نگرفته، این است که در بسیاری از موارد، سرمایه اجتماعی نه تنها بر حسب قوانین و هنجارهای رسمی و غیررسمی یک گروه یا شبکه (یا عاملی اثرگذار در سلیقه) تعریف می شود، بلکه می توان سرمایه اجتماعی را در چارچوب روابط محیطی و فضایی نیز تعریف کرد (وست لاند، ۱۳۸۷).

«پانتام» و «فوکویاما» عقیده دارند که یکی از نتایج خوبی که از بکارگیری سرمایه اجتماعی در سازمان ها و اجتماعات بدست می آید بوجود آمدن حس همکاری قوی بین افراد جهت همکاری باهم است (فوکویاما، ۱۳۷۹)، خلاقیت و ابتکار که میتواند زمینه سازی برای کارآفرینی باشند (صالحی امیری، ۱۳۸۷)، کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی می تواند نقش اساسی ایفا کند و این مهم زمانی می تواند بطور اثربخش انجام شود که علاوه بر توجه به سرمایه های فیزیکی و انسانی، به سرمایه اجتماعی نیز توجه شود (کلمن، ۱۳۷۷). با توجه به اینکه اقتصاد ایران از سه بخش دولتی، خصوصی و تعاونی تشکیل یافته و با توجه به یافته های زیادی که نشان داده که با بالا رفتن سرمایه اجتماعی، میزان کارآفرینی درون سازمانی افزایش می یابد و همچنین افزایش عامل سرمایه اجتماعی حس اعتماد و همکاری را بین افراد افزایش می دهد، باز هم به این جنبه ها کم توجهی می شود.

سرمایه اجتماعی بعنوان مشخصه اجتماعی بطور مستقیم وارد عملکرد کاربردی افراد می شود و حضور آن باعث رضایت یا نارضایتی می شود. این نوع سرمایه اجتماعی از جنبه های مهمی رفتار افراد را شکل می دهد و باعث عملکرد مثبت و منفی می گردد.

به عقیده پژوهشگر و با توجه به مطالب بالا، برای ساختن جامعه و سازمانی که افراد و گروهها در آن، بتوانند به کارآفرینی بپردازند، در وهله اول باید به سرمایه های نامشهود درونی و بیرونی سازمان توجه شود، اما در اکثر مواقع این امر نادیده گرفته می شود. مسئله اصلی که این پژوهش در صدد بررسی آن رسیده این است که آیا بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه ای وجود دارد و اگر این رابطه موجود است، میزان هم تغییری چه قدر بوده و سازمان ها باید چه آموزش ها و سرمایه گذاری هایی برای ارتقا سرمایه اجتماعی جهت ارتقای کارآفرینی سازمانی بدهند. همچنین با مقایسه تطبیقی این سازمان ها، بررسی کنیم کدام سازمان دارای میزان بالایی کارآفرینی بوده که در پرتو سرمایه اجتماعی بدست آورده و از چه راهکار هایی برای این منظور استفاده کرده اند.

۳-۱ - اهمیت و ضرورت تحقیق

تعامل اجتماعی روزمره افراد پیوندهایی را بین آنها به وجود می آورد که آن را سرمایه اجتماعی می نامیم. بدون وجود این پیوندها امکان همکاری افراد و نهاد ها از بین می رود و لذا سرمایه اجتماعی بستر اصلی شکل گیری روابط اقتصادی در جامعه است.

سرمایه اجتماعی به دلیل داشتن ویژگی های متمایز نسبت به دیگر سرمایه ها، خود را از سایر سرمایه جدا می نماید. لذا سازمانهایی که به این ویژگی ها توجه نمایند، این ویژگی بر مزیت رقابتی آنها و در نتیجه در موفقیت آنها تاثیر خواهد گذاشت (تسلیمی، ۱۳۸۵).

با وقوع انقلاب فناوری اطلاعات، جامعه اطلاعاتی و شبکه ای و نیز پیشرفت سریع فناوری برتر، از دهه ۱۹۹۰ الگوی رشد اقتصاد جهانی تغییر اساسی کرده است. در اقتصاد جهانی امروز دانش اجتماعی به عنوان مهمترین سرمایه جایگزین سرمایه مالی و فیزیکی شده است (بونتیس، ۱۹۹۹). یکی از توانایی های اساسی سازمانی که می تواند به سازمانها در خلق و تسهیم دانش اجتماعی کمک بسیاری نماید و برای مقایسه با سازمانهای دیگر «مزیت سازمانی پایدار» ایجاد کند سرمایه اجتماعی است (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸).

کلمن (۱۹۹۰) باور دارد که در سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی، روابطی با ظرفیت قابل پیش بینی هستند و می توانند ارزشی را تولید کنند. برخلاف سرمایه انسانی و دارایی های سنتی سازمان، سرمایه اجتماعی منحصراً نتیجه روابط اجتماعی معنی داری است که افراد در طول زمان بر روی آن سرمایه گذاری می کنند (سابتنی، ۲۰۰۵). همچنین به اعتقاد «کگیوت» و «زندر» یک سازمان یک گروه اجتماعی است، که مشخصه آن سرعت و کارایی در ایجاد و انتقال دانش می باشد (کگیوب و زندر، ۱۹۹۶). این دیدگاه نسبتاً جدید و مهم درباره تئوری سازمان است که در حال حاضر از سوی چندین صاحب نظر دیگر ارائه شده است. این نویسندگان اساساً بحث می کنند که سازمان ها دارای قابلیت های خاصی برای خلق و تسهیم دانش هستند، که برای آنها در مقایسه با سازمانهای دیگر مزیت مشخصی ایجاد می کنند. سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیاری کند (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸).

بر اساس آنچه گفته شد، می توان نتیجه گرفت که ابتکار و نوآوری در طول زمان به فرایند پیچیده تبدیل شده است، زیرا نوآوری در دوره اولیه صنعت فرایند ادغام تکنولوژی و سرمایه عامل تامین مالی مبتکران برای آغاز تولید

بود. دسترسی به سرمایه، پیدا کردن مصرف کننده و سودآور شدن نوآوری، از عوامل مهم در قرن ۱۹ بودند. اما در جامعه دانش محور امروز فعالیت های نوآوری می توانند به طیف وسیعی از مراحل مثل تحقیق، توسعه، آزمایش، کسب مجوز، بازاریابی و فروش تقسیم شوند.

خلاقیت و نوآوری از صفات الهی است که می تواند در کارآفرینی و پیشبرد اهداف موثر باشد، لذا می توان ادعا کرد تا فردی ویژگی های افراد خلاق را در خود تقویت نکند، نمی تواند به عرصه کارآفرینی وارد شود (صالحی امیری، ۱۳۸۷).

از آنجایی که اکثر تحلیل های مربوط به نوآوری، ابتدا بروی سازمان متمرکز شده اند، لذا سازمان در سطح اول سرمایه اجتماعی قرار می گیرد، براساس سیاستهای مبتنی بر تئوریهای مدرن نوآوری، انواع سازمانهای شرکتی، دانشگاهی، دولتی و تعاونی باید در جهت تامین نیازهای اقتصاد دانش محور حرکت کنند.

شاید مهم ترین دلیل پیشرفت اقتصاد آموزش و پرورش در سی سال گذشته این اندیشه بوده که مفهوم سرمایه فیزیکی به گونه ای که در ابزارها، ماشین آلات و دیگر وسایل تولیدی تجسم یافته است، می تواند بسط یابد و شامل سرمایه انسانی شود. همانطور که سرمایه فیزیکی، با ایجاد تغییرات مواد برای شکل دادن ابزارهایی که تولید را تسهیل می کنند به وجود می آید، سرمایه انسانی با تغییر دادن افراد برای ارائه مهارت ها و توانایی ها به آنها پدید می آید و افراد را توانا می سازد تا به شیوه جدید رفتار کنند (کلمن، ۱۳۷۷). سرمایه اجتماعی زمانی بوجود می آید که روابط میان افراد به شیوه ای دگرگون شود که کنش را تسهیل کند. سرمایه فیزیکی کاملاً ملموس است، سرمایه انسانی کمتر ملموس است و مهارت ها و دانشی که فرد کسب کرده تجسم می یابد، سرمایه اجتماعی حتی کمتر از این محسوس است، زیرا در روابط میان افراد تجسم می یابد. سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی فعالیت تولیدی را تسهیل می کنند و سرمایه اجتماعی نیز همانند آنها عمل می کند و مثلاً گروهی که اعضایش زیاد به یکدیگر اعتماد می کنند، خواهند توانست کارهای بیشتر از گروهی که فاقد اعتماد هستند، انجام دهند (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۴).

پیامد های مهم و مثبت سرمایه اجتماعی به عقیده «پنتام» و «فوکویاما» سودمند بودن، منبعی برای همکاری و روابط دوجانبه و کاهش دهنده هزینه فعالیت ها در سازمانها می باشند. همچنین فوکویاما اشاره می دارد اقتصاد جدید سرمایه داری، سرمایه اجتماعی را بکار می گیرد، آن را تهی می سازد و باز آن را پر می کند. نئو کلاسیک ها

به اهمیت هنجارهای اجتماعی در اقتصاد بخوبی واقفند و برای تبیین اینکه چگونه عناصر عقل گرای خودخواه به همکاری با یکدیگر روی می آورند، نظریه دقیقی دارند (فوکویاما، ۱۳۷۹).

با توجه به مطالب ذکر شده در بالا بیان مسئله تحقیق حاضر، محقق به این نتیجه رسیده که بررسی این موضوع مهم بوده و می تواند راهنمای خوبی برای سازمان ها و نهاد ها جهت ارتقا کارآفرینی درون سازمانی خود با استفاده از سرمایه اجتماعی باشند و محقق لازم می داند تحقیق مذکور را انجام دهد.

۴-۱- اهداف تحقیق:

۴-۱-۱- اهداف اصلی تحقیق

- الف) بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در سازمان های مورد مطالعه.
- ب) بررسی عامل بودن سرمایه اجتماعی برای ارتقا کارآفرینی سازمانی در سازمان های مورد مطالعه.
- ج) ارائه پیشنهاداتی برای ارتقا و بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در سازمان های مورد مطالعه.

۴-۱-۳- اهداف فرعی

- ۱- بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی و ابعادش در سازمان ها مورد مطالعه؛
- ۲- بررسی معنی داری سرمایه اجتماعی و ابعادش بر کارآفرینی سازمانی در سازمان ها مورد مطالعه؛
- ۳- بررسی مناسب بودن برازندگی چارچوب مفهومی تحقیق و روایی سازه ای تحقیق؛
- ۴- بررسی و تعیین مقدار کمی و کیفی هرکدام از ابعاد سرمایه اجتماعی برای ارتقای کارآفرینی سازمانی با استفاده از منطق فازی.
- ۵- بررسی معنی داری در تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی و ابعادش بین سازمان ها مورد مطالعه؛
- ۶- بررسی معنی داری در تفاوت میانگین کارآفرینی سازمانی و ابعادش در سازمان ها مورد مطالعه؛
- ۷- بررسی معنی داری در تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی از نظر شاخص های جمعیت شناختی در سازمان ها مورد مطالعه؛