فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی٤، بهار٩٤، صفحات ١١١-١٣٢

بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه؛ اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل)

سیف الله فرزانه[1]، فخرالسادات طاهری اطاقسرا [2]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۵/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۲۱

چکیده

سرمایه‌ی اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار و با ایجاد بستری مناسب، منابع انسانی را به دانش و مهارت کارآفرینی سازمانی مجهز کند، که یکی از راه کارهای مؤثر در جهت ارتقای عملکرد کارکنان باشد؛ از این رو هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل بوده است. جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر را دبیران مدارس راهنمایی شهرستان بابل تشکیل دادند که بالغ بر ۷۸۰ نفر بوده‌اند که با استفاده از جدول مورگان ۲۵۰ نفر به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب گردید. به این منظور پرسش‌نامه طراحی شده بعد از تأیید روایی با استفاده از نظر خبرگان و هم‌چنین تأیید پایایی با ضریب آلفای کرونباخ ۸۸درصد، در اختیار نمونه‌ی آماری قرار گرفت. نتایج آزمون رگرسیون میان متغیّرهای مورد مطالعه نشان داد میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل ارتباط معنی‌داری وجود دارد. هم چنین میان دو بعد مورد مطالعه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی یعنی بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی با کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن نیز نشان داد میان متغیّرهای اعتماد و روابط در بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و میان متغیّرهای اندازه و گستردگی شبکه‌ی ارتباطات، ساختار روابط، ارتباطات، انسجام اجتماعی در بعد ساختار سرمایه‌ی اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. در نهایت چنین نتیجه‌گیری شد که وجود سرمایه‌ی اجتماعی غنی و کارامد می تواند به تسهیل و تقویت کارآفرینی سازمانی منجر شود.

واژه‌های کلیدی: سرمایه‌ی اجتماعی،کارآفرینی سازمانی، اداره‌ی آموزش و پرورش، بابل.

[1] **استادیار گروه جامعه شناسی** دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل(نویسنده مسؤول) mfilib@yahoo.com.

[2] کارشناسی ارشد جامعه شناسی و دبیر آموزش و پرورش شهرستان بابل، taheri.8484@gmail.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

مقدمه

امروزه بیش‌ترین ارزش سازمانی مبتنی بر دارایی‌های غیرملموس است و یکی از مهم‌ترین این دارایی‌ها، سرمایه‌ی اجتماعی[1] است (اوه و همکاران، ۲۰۰۴: ۴۵)[2]. بسیاری از سازمان ها صرف‌نظر از اندازه و میزان تجارت به اهمیت سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان منبع پایدار رقابت و تعالی و مبنایی برای نوآوری و تطبیق‌پذیری‌شان اعتراف دارند به‌طوری که سازمان ها می توانند با در نظر گرفتن اهمیت و نقش مؤثر سرمایه‌های اجتماعی در سازمان، در اتخاذ تصمیمات کوتاه و بلند مدت سازمانی و تخصیص منابع تجدید نظر داشته باشند و به آن همانند سایر سرمایه‌های بالقوه‌ی سازمانی بنگرند و بر این باور باشند که ایجاد بستری مناسب برای رشد و بالندگی این سرمایه موجب کسب مزیت رقابتی و سهم بیش‌تری از بازار خواهد بود چراکه به ایجاد و تقویت خلاقیت و کارآفرینی منجر می‌شود (لی و همکاران، ۲۰۱۳)[3]. این نوع سرمایه نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینانه دارد؛ چرا که کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی– اقتصادی است که از دو طریق متکی به شرایط و بافت اجتماعی است، اول این‌که کارآفرینان افرادی هستند که محصول محیط اجتماعی خود بوده و دوم آنکه کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و در نتیجه وجود یا عدم وجود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار تأثیر می گذارد (راموس ورودریگز،۲۰۱۰: ۵۸۱)[4]. سازمان‌ها با شناخت و کشف ابعاد سرمایه‌های اجتماعی خود می توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته باشند و با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی می توانند سیستم‌های سازمانی خود از جمله کارآفرینی سازمانی را بهتر هدایت کنند (علوی، ۱۳۷۸ :۳). از این رو ضروری است رابطه سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان یکی از اشکال سرمایه‌های طبقه‌بندی شده در بانک جهانی، با کارآفرینی سازمانی به عنوان پدیده‌ای که منجر به توسعه اقتصادی و رشد کشورها می‌شود (نقدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۸۱)، مورد مطالعه قرار گیرد با توجه به اهمیت این موضوع، هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل) است.

[1] Social Capital.
[2] Oh et al.
[3] Li et al.
[4] Ramos-Rodríguez et al.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

بیان مسأله تحقیق

امروزه سرمایه‌ی اجتماعی یکی از قابلیت ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیل دانش کمک بسیار نماید و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر"مزیت سازمانی پایدار" ایجاد کند (تامسون، ۲۰۰۹: ۱۶۱-۱۴۵)[1]. سازمانی می تواند در مسیر توسعه حرکت رو به جلو و با شتابی داشته‌باشد که با ایجاد بستری مناسب ، منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد مجهز کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع موجود در جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه مدیریت و هدایت کنند (ربیعی و صادق‌زاده،۱۳۹۰: ۲). با وجود این که کارآفرینی سازمانی به عنوان یک مفهوم مستقل اخیراً در ادبیات مدیریتی قرار گرفته است با این حال مفهومی است که به رویکرد کارآفرینی یک سازمان مرتبط است و ریشه در ادبیات کارآفرینی دارد (آنتونیک، ۲۰۰۳: ۱۷)[2]. رقابت شدید و تنگاتنگ بین شرکت‌ها و سازمان‌ها و کاهش کارآمد مدیریت سنتی در این عرصه و رشد سریع شرکت‌های کوچک سبب شده است که سازمان‌ها اهمیت ویژه‌ای برای نوآوری قائل شوند زیرا نوآوری را تنها ضمانت برای بقا در عرصه رقابت می‌دانند. از این رو سعی می کنند افراد خلاق و کارآفرین را که پدیدآورندگان اصلی محصولات و خدمات نوین در سازمان هستند،تشویق و ترغیب نمایند تا ایده‌های نوی خود را در سازمان محقق سازند. کارآفرینی سازمانی شیوه برانگیختن و سپس بهره گیری از افراد در درون یک سازمان است (یدالهی فارسی و رضوی،۱۳۹۱: ۱۰۴). شیوه‌ای که افراد فکر می کنند قادرند کارها را به طریقی متفاوت و بهتر انجام دهند. از طریق توسعه‌ی روحیه کار آفرینی در درون سازمان‌ها می‌توان بر موانع موجود بر سر راه انعطاف‌پذیری، رشد و نوآوری فائق آمد(لچ و همکاران، ۲۰۱۰: ۷۰)[3]. پرورش افراد کار آفرین در درون سازمان مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب و ترویج روحیه کارآفرینی است (مولوی و حدادیان، ۱۳۹۱: ۳). کارآفرین سازمانی فردی است که با ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات و خدمات و حتی فرآیندهای نو، سازمان را به سوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد (احمدپور، ۱۳۷۸: ۱۳۶). با توجه به نقش سازمان آموزش و پرورش در شناخت و شکوفا کردن و پرورش استعدادهای دانش‌آموزان و تقویت روح بررسی و تحقیق و ابتکار و خلاقیت در تمام زمینه‌های علمی، فنی، فرهنگی، ایجاد حس و شور کارآفرینی سازمانی که خلاقیت و نوآوری

[1] Thompson.
[2] Antonic-hisrich.
[3] Leitch et al.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

جوهره اصلی آن است می تواند تأثیر مهمی در راستای رسیدن به اهداف سازمان باشد. آپهوف اعتقاد دارد که این جریان منافعی است که از سرمایه‌ی اجتماعی نتیجه می شود. به همین دلیل سرمایه‌ی اجتماعی فرهنگ و عقاید سازمان را تقویت می کنند، به ویژه هنجارها، نگرش ها، و باورهایی که به رفتار مبتنی بر همکاری و تعاون و کنش جمعی دو طرفه سودمند کمک می‌کنند (آپهوف، ۲۰۰۰:1890-1875)[1]. از این رو مسأله اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل) بوده‌است.

تعاریف

سرمایه‌ی اجتماعی:

تاکنون تعاریف متعدد و متنوعی از سرمایه‌ی اجتماعی شده است. پیربوردیو معتقد است سرمایه‌ی اجتماعی عبارتست از مجموع منابع فیزیکی یا غیرفیزیکی، مادی یا معنوی که به یک فرد یا گروه اجازه می دهد تا شبکه پایداری از روابط کم و بیش نهادینه شده آشنایی یا شناخت متقابل را در اختیار داشته باشد. از سوی دیگر رابرت پاتنام[2] در اظهارنظرهای خود بیان می کند که سرمایه‌ی اجتماعی مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی است که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنها را تأمین خواهد کرد (پاتنام، ۲۰۰۰: ۱۴). جریان اصلی جامعه‌شناسی، به ویژه در روایت کارکردگرایانه آن، سرمایه‌ی اجتماعی را روابط دو جانبه، تعاملات و شبکه‌هایی که در میان گروه‌های انسانی پدیدار می شود و سطح اعتمادی که در میان گروه و جماعت خاصی، به عنوان پیامد تعهدات و هنجارهایی پیوسته با ساختاری اجتماعی یافت می‌شود تعریف می کند و این مفهوم را در بررسی این موضوع به کارمی‌گیرد که چگونه تحرک پیوندهای مربوط به شبکه‌های اجتماعی، سلسله مراتب اجتماعی و قدرت تمایز یافته را تقویت می‌کند. نکته‌ی اصلی در تمام نظریه‌ها و تعاریف از سرمایه‌ی اجتماعی در مورد سودمندی سرمایه‌ی اجتماعی در افزایش برخی ویژگی‌ها مانند آموزش، تحرک اجتماعی، رشد اقتصادی، برتری سیاسی و در نهایت توسعه است (شیروانی،۱۳۸۳ : ۱۸ – ۲۰).

[1] Uphoff.
[2] Putnam.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی:

این بعد در رابطه با پدیده هایی نظیر ارزش ها، نگرش ها، تعهدات، مشارکت و اعتماد است و ماهیت روابط در یک سازمان را دربرمی‌گیرد. به عبارت دیگر در حالی که بعد ساختاری بر این امر متمرکز میشود که آیا کارکنان سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد کیفیت بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز است (بلوندن، ۲۰۰۳: ۱۲۳–۱۴۷)[1].

بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی:

این بعد در رابطه با ساختارها و فرآیند های مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران بر اساس عملکردشان، شفافیت در تصمیم گیری، میزان تصمیم گیری و اقدام بر اساس کارگروهی و الگوی کلی روابطی را که در سازمان ها یافت میشود، در نظر دارد. به این معنا که این بعد، میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان ها برقرار می کنند را در بر می‌گیرد (بلوندن، ۲۰۰۳: ۱۲۳–۱۴۷).

کارآفرینی سازمانی:

کارآفرینی سازمانی به این معنی است که سازمان ها بتوانند نوآوری های سودآور را از طریق تشویق کارکنان برای فکر کردن مانند کارآفرینان مستقل توسعه دهند و به آنها برای تعقیب برنامه‌هایشان، آزادی و انعطاف بیش‌تری بخشند بدون آنکه آنان را در باتلاق بوروکراسی غرق کنند (آنتونیک و هیسریچ، ۲۰۰۳:۱۲۴)[2].

پیشینه تحقیق

با توجه به اهمیت موضوع سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، محققان بسیاری به بحث و بررسی پیرامون آن پرداخته‌اند که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

احمدی (۱۳۸۳)، در مطالعه سرمایه‌ی اجتماعی و شاخص‌های ارزیابی آن به نتیجه رسید که با کاهش یا افزایش مقدار عددی سرمایه‌ی اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز کاهش یا افزایش می‌یابد و سازمانی که دارای سرمایه‌ی اجتماعی خوبی باشد می‌تواند با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات

[1] Belunden.
[2] Antonic, B & Hisrich.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد می شود. آشنا (۱۳۸۴)، در مطالعه رابطه سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی به این نتیجه دست یافت که اگر سرمایه‌ی اجتماعی در یک سازمان از سطح مطلوبی برخوردار نباشد، یادگیری و اعتماد متقابل بین اعضای سازمان نیز ضعیف‌تر خواهد بود و این پایین بودن اعتماد موجب سرکوب کارآفرینی خواهدشد. نتیجه مطالعه جعفریان (۱۳۸۷) در بررسی رابطه سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی نشان داد سازمانی که دارای سرمایه‌ی اجتماعی غنی و خوبی باشد با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد موجب شکوفایی ایده‌های جدید می‌شود که این اولین گام در جهت کارآفرینی است. نتیجه تحقیق رضایی و همکاران (۱۳۹۱) بیانگر آن بود که ارتباط معناداری بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه‌ی اجتماعی و هم چنین ابعاد آن وجود دارد. عباس نژاد و ستارزاده (۱۳۹۱) در نتایج خود اظهار کرد که ارتباط معنی داری بین مؤلفه های سرمایه‌ی اجتماعی با میزان روحیه کارآفرینی وجود دارد. (اندرسون و میلر ، ۲۰۰۲)[1] به نقش سرمایه‌ی اجتماعی و انسانی در فرآیند کارآفرینی تأکید کردند. (کلرک و دیگران، ۲۰۰۳)[2] با بررسی تأثیرات سرمایه‌ی اجتماعی و انسانی بر روی فعالیت کارآفرینی به این نتیجه دست یافتند که سرمایه‌ی اجتماعی اشخاص رابطه مثبتی با احتمال آغاز یک کسب و کار جدید دارد (نان چن، ۲۰۰۷)[3]. در نتیجه بررسی خود اشاره کرد بین سرمایه‌ی اجتماعی، جهت‌گیری کارآفرینانه و منابع سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد. در نتیجه‌ی پژوهش (لی و همکاران، ۲۰۱۳)[4] عنوان شد که: شبکه‌ی ارتباطات اجتماعی، محدودیت‌های تصمیم‌گیری برای کارآفرینان به‌وجود آورده درحالی که اعتماد به این شبکه‌ها، به کاهش این محدودیت‌ها کمک می‌کند.

مبانی نظری

۱- ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه لینا و وان بورن

۱- وابستگی: اولین جزء سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی، وابستگی است. این بعد به منزله‌ی آن است که تمایل و توانایی افراد برای مشارکت در کنش‌های جمعی به اعتقاد آنان بستگی دارد. یعنی

[1] Anderson & Miller.
[2] Clark et al.
[3] Nan Chen.
[4] Li et al.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

اعتقاد به این‌که کوشش‌های فردی که به طور مستقیم به کل سود می رساند، به طور غیرمستقیم باعث بهره مندی افراد نیز می‌شود.

۲- اعتماد: دومین بعد سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی، اعتماد است که از نظر محققین سازمانی هم به عنوان مقدمه‌ای برای کنش جمعی موفقیت‌آمیز است و هم می تواند به منزله‌ی نتیجه کنش‌های جمعی موفق قلمداد گردد. برای این‌که افراد بتوانند در کنار یک‌دیگر بر روی پروژه های مشترک کار کنند، اعتماد لازم است (بولینی، ۲۰۰۲: ۷).

۲- ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه ناهابیت و گوشال

ناهابیت و گوشال سه بعد زیر را برای سرمایه‌ی اجتماعی در نظر گرفته‌اند :

۱ - بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی: این بعد الگوی کلی روابطی را که در سازمان‌ها یافت می‌شود در نظردارد. به عبارت دیگر، این بعد میزان ارتباطی که افراد با یک‌دیگر در سازمان‌ها برقرار می‌کنند را در برمی‌گیرد (بولینو و دیگران ،۲۰۰۲). بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی، شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل و ترکیب شبکه و تناسب سازمانی است (ناهابیت و گوشال، ۱۹۹۸).

۲ - بعد ارتباطی سرمایه‌ی اجتماعی: این بعد ماهیت روابط در یک سازمان را دربرمی‌گیرد. به عبارت‌دیگر در حالی‌که بعد ساختاری بر این امر متمرکز است که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز می‌شود (بولینو و دیگران ،۲۰۰۲). این بعد شامل اعتماد، هنجارها، تعهدات و هویت است.

۳ - بعد شناختی سرمایه‌ی اجتماعی: این بعد در برگیرنده میزان اشتراکات کارکنان درون یک شبکه‌ی اجتماعی در یک دیدگاه یا درک مشترک میان آن‌هاست و مانند بعد ارتباطی به ماهیت ارتباطات میان افراد در یک سازمان می‌پردازد (بولینی، ۲۰۰۲: ۱۳). و شامل موارد زیر است: زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک (ناپیت و گوشال، ۱۹۹۸: ۱۹-۲۰).

۳- ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه بوردیو

ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه بوردیو شامل موارد زیر است:

۱ - اندازه‌ی گروه یا شبکه

۲ - حجم سرمایه‌ای که هر کدام از اعضا در شبکه دارای آن هستند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

٤ - ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه کلمن:

کلمن نیز سه بعد زیر را برای سرمایه‌ی اجتماعی در نظر گرفته است:

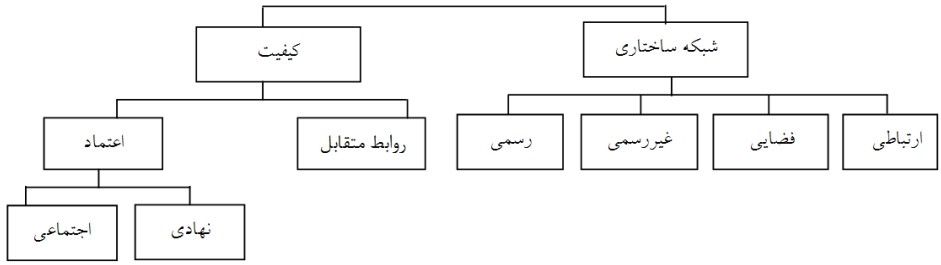
۱ - تعهدات، انتظارات و اعتماد متقابل.

۲ - کانال‌های ارتباطی.

۳ - هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر(بولینی، ۲۰۰۲:۱۳).

۵- ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه لاک‌لی

لاک‌لی سعی در خلاصه سازی طرح‌های مختلف ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی دارد. وی سرمایه‌ی اجتماعی را به دو بعد کیفیت و شبکه‌های ساختاری تقسیم کرده است که بعد کیفیت، روابط متقابل و اعتماد را در برگرفته و اعتماد نیز خود به دو نوع نهادی و اجتماعی تقسیم می شود. متغیّرهایی که برای اندازه گیری این بعد در نظر گرفته شده است عبارتند از: اعتماد اجتماعی، مشارکت سیاسی، رهبری مدنی، بخشش و روحیه طلبی، مشارکت مذهبی، شبکه‌های اجتماعی غیررسمی، تنوع در دوستی‌ها و عدالت در مشارکت مدنی.



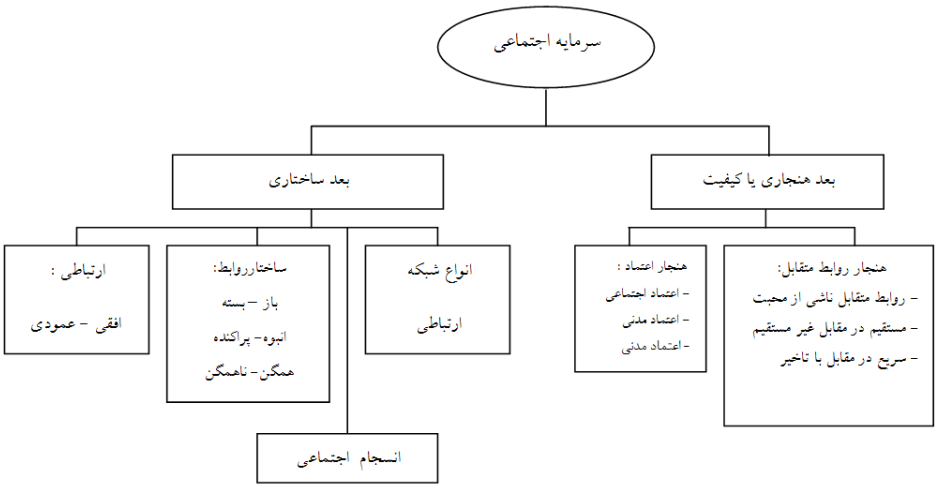
شکل شماره‌ی یک- ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه لاک لی(لاک لی، ۲۰۰۵).

٦ - ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از نظر مؤسسه‌ی مطالعات استرالیا

مؤسسه‌ی **مطالعات استرالیا** با توجه به بررسی کاملی که از ادبیات تحقیق سرمایه‌ی اجتماعی داشته است، ابعاد آن‌را به صورت کامل تشریح کرده است. مدل ارائه شده توسط این گروه، اجزا یا ترکیبات قابل اندازه‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی را نمایش می‌دهد. این مدل، شبکه‌ها، اعتماد و عمل متقابل را به عنوان ابعاد کلیدی مشخص کرده و مطالعات پیشین در مورد مختصات شبکه‌ها را

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

نشان می‌دهد که احتمالاً تأثیرگذار بر ماهیت و اندازه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی در شبکه مورد نظر است. مدل زیر بر گرفته از کار استون در مؤسسه‌ی مطالعات خانوادگی استرالیا است.



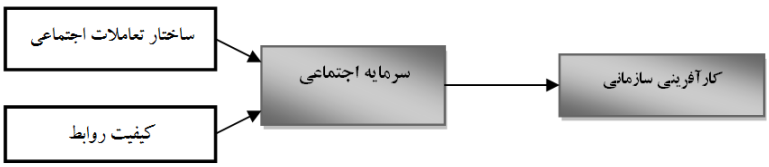
شکل شماره‌ی دو- ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی از نظر استون(استون،۲۰۰۱)

مدل مفهومی تحقیق

هر مدل مفهومی به عنوان نقطه ی شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات و تحقیقات است. به گونه‌ای که متغیّرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آن‌ها را مشخص می‌کند(ادواردز و همکاران، ۲۰۰۰:۱۲۴)[1].مستند به مرور ادبیات موضوعی مربوط، و با توجه به این‌که تحقیقی این‌چنین برای نخستین بار است که در محدوده‌ی جامعه‌ی آماری انجام می‌شود لذا پیش‌بینی شده است که در تحقیق حاضر از مدل مفهومی زیر استفاده شود. مدل مفهومی حاضر تلفیقی از منابع استنادی مختلف است (زالی، ۱۳۸۴)؛ (یدالهی فارسی و رضوی، ۱۳۹۱)؛ (تیمون و استاپ، ۲۰۰۳)[2] ؛ (هافمن و همکاران، ۲۰۰۴)[3] ؛ (نانچن، ۲۰۰۷)؛ (تامسون، ۲۰۰۹)[4] که در شکل شماره ۳ آمده است:

[1] Edwards et al.
[2] Tymon & stump.
[3] Hoffman et al.
[4] Thompson.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]



شکل شماره‌ی سه- مدل مفهومی تحقیق

فرضیات تحقیق

در این تحقیق با توجه به مدل مفهومی تحقیق، فرضیات زیر مطرح می‌گردند:

- **فرضیه‌ی اصلی**

• میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

- **فرضیات فرعی**

• بین بعد ساختاری سرمایه ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

• بین بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

روش تحقیق

۱- جامعه‌ی آماری، حجم نمونه و شیوه‌ی نمونه‌گیری

جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر را دبیران مدارس راهنمایی شهرستان بابل تشکیل دادند که تعداد آن‌ها ۷۸۰ نفر است، از این تعداد طبق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از جدول مورگان ۲۵۰ نفر به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب شدند که به این تعداد پرسش‌نامه توزیع و جمع آوری گردید. در نمونه مذکور از بعد جنسیت: ۳۴درصد مرد و ۶۶درصد زن؛ از بعد وضعیت تأهل: ۹۶درصد متأهل و ۴درصد مجرد؛ از بعد تحصیلات: ۱۴درصد فوق دیپلم، ۷۳درصد لیسانس و ۱۳درصد فوق لیسانس؛ از بعد سن:، ۴۴درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۴۷درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال و ۹درصد بالاتر از ۵۰ سال و از بعد سابقه کار: ۱۱درصد بین ۵ تا ۱۰ سال، ۱۱درصد بین ۱۱ تا ۱۵ سال، ۴۹درصد بین ۱۶ تا ۲۰ سال، و۲۹درصد بالاتر از ۲۰ سال دارای سابقه کار بوده اند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۲- داده‌ها و مقیاس اندازه‌گیری

پرسش‌نامه‌ی طراحی شده شامل ۵۶ سؤال در مقیاس (۵-۱) در دو بخش، بخش اول شامل ۶ سؤال در ارتباط با مسائل جمعیت شناختی نمونه های مورد مطالعه و بخش دوم مربوط به متغیّرهای مورد مطالعه بوده است که سرمایه‌ی اجتماعی شامل ۳۰ سؤال در دو بعد کیفیت و ساختار اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت که بعد کیفیت با دو متغیّر اعتماد و روابط هر کدام شامل ۵ سؤال و بعد ساختار اجتماعی با چهار متغیّر شبکه‌های ارتباطی، ساختار ارتباطی، ارتباطات، انسجام اجتماعی هر کدام شامل ۵ سؤال بوده اند. کارآفرینی سازمانی نیز با ۲۰ سؤال با استفاده از ۵ متغیّر روحیه، استقلال، ریسک پذیری، خلاقیت و اراده هر کدام شامل ۴ سؤال مورد بررسی قرار گرفت. آن‌گاه پرسش‌نامه طراحی شده، در مراجعه حضوری نخست، در اختیار اعضای نمونه‌ی آماری قرارگرفت و توضیحات لازم نیز برایشان داده شد، در مراجعه‌ی حضوری دوم تا چهارم نسبت به جمع‌آوری آن‌ها اقدام شده است. آن‌گاه با آزمون‌های پایایی، رگرسیون و اسپیرمن به آزمون فرضیات اقدام شد.

۳- اعتبار

به منظور معتبرسازی پرسش‌نامه تحقیق، از رویه‌ی استخراج اجزای متغیّرهای مورد اندازه‌گیری از ادبیات موضوعی تحقیق، و آن‌گاه بومی‌سازی آن با بهره‌گیری از نظرهای متخصصان و نیز نمونه‌ای مقدماتی استفاده شده است (هالت و فرل، ۱۹۹۷)[1]. بدین منظور، پرسش‌نامه‌ی طراحی شده، به صورت پیش‌آزمون در اختیار تعداد ۱۲ نفر از استادان و خبرگان قرار گرفت. آن‌گاه پس از اخذ نظرهای اصلاحی و تعدیل مواردی از آن‌ها، مجدداً در اختیار تعداد ۲۵ نفر از اعضای جامعه‌ی آماری به عنوان نمونه‌ی مقدماتی قرار گرفت و طبق نظرهای اصلاحی این گروه نیز از مرتبط بودن سؤالات با توجه به جامعه‌ی آماری مورد مطالعه اطمینان حاصل شد. در نهایت، پرسش‌نامه‌ی نهایی طراحی و برای جمع‌آوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

[1] Hult & Ferrel.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

٤- پایایی

به‌منظور تعیین قابلیت اعتماد (پایایی) ابزار اندازه‌گیری نیز روش های مختلف و متعددی وجود دارد، که یکی از آن‌ها سنجش سازگاری درونی آن است (کانکا و همکاران، ۲۰۰۴)[1]. سازگاری درونی ابزار اندازه‌گیری می‌تواند با ضریب آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شود (کرونباخ، ۱۹۵۱)[2]. این روشی است که در اغلب تحقیقات مورد استفاده قرار می‌گیرد (پترسون، ۱۹۹۴)[3]. اگرچه حداقل مقدار قابل قبول برای این ضریب باید ۰/۷ باشد، اما مقادیر ۰/۶ و حتی ۰/۵۵ نیز قابل قبول و پذیرش است (نونالی، ۱۹۷۸:۶۲)[4]. در تحقیق حاضر، قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه در دو بخش مورد بررسی قرار گرفت. بخش اول مربوط به سؤالات مربوط به متغیّر سرمایه‌ی اجتماعی بوده است که قابلیت اعتماد اندازه‌گیری شده ۸۸درصد بوده‌است و هم‌چنین قابلیت اعتماد سؤالات مربوط به متغیّر کارآفرینی سازمانی نیز با ۸۸درصد مورد تأیید قرار گرفت.

یافته ها

در این بخش فرضیات تحقیق با استفاده از آزمون رگرسیون مورد بررسی قرارگرفتند. نتایج این آزمون‌ها به شرح زیر است:

۱- نتایج بررسی رابطه میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

جدول شماره‌ی یک- ضرائب معادله‌ی رگرسیون خام(B) و استاندارد شده(Beta)، F، هم‌بستگی(R)، ضریب تعیین(R^2) و آزمون دوربین واتسون (سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی)

فرضیه	متغیّر مستقل	متغیّر وابسته:کارآفرینی سازمانی								
		B	Beta	t	Sig	F	R	sig	R^2	Durbin Watson
اصلی	سرمایه‌ی اجتماعی	۰/۷۷۰	۰/۶۹۴	۱۵/۱۸۵	۰/۰۰۰	۲۳۰/۵۸۴	۰/۴۸۲	۰/۰۰۰	۰/۴۸۰	۲/۳۴۶

همان طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود به علت این‌که sig به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد (۰/۰۵ > ۰/۰۰۰)، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. ضریب Beta و عدد

[1] Conca & et al.
[2] Cronbach.
[3] Peterson.
[4] Nunnally.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

معناداری(sig) متغیّرها نیز نشانه‌ی این مطلب است که متغیّر سرمایه‌ی اجتماعی از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدد معناداری این متغیّر از سطح معنادار ۰/۰۵ کوچک‌تر است. بنابراین به طورکلی رابطه‌ی معناداری میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

۳ - نتایج بررسی رابطه میان بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

جدول شماره‌ی دو- ضرائب معادله‌ی رگرسیون خام(B) و استاندارد شده(Beta)، F، هم‌بستگی(R)، ضریب تعیین(R^2) و آزمون دوربین واتسون(بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی)

فرضیه	متغیّر مستقل	متغیّر وابسته:کارآفرینی سازمانی								
		B	Beta	T	sig	F	R	sig	R^2	Durbin Watson
فرعی ۱	بعد ساختاری	۰/۷۶۷	۰/۷۲۴	۱۶/۵۳۲	۰/۰۰۰	۲۷۳/۳۰۵	۰/۵۲۴	۰/۰۰۰	۰/۵۲۲	۲/۲۷۰

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود به علت این‌که sig به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد (۰/۰۰۰ < 0.05)، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. ضریب Beta و عدد معناداری (sig) متغیّرها نیز نشانه‌ی این مطلب است که متغیّر ساختاری از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدد معناداری این متغیّر از سطح معنادار ۰/۰۵ کوچک‌تر است. بنابراین به طورکلی رابطه‌ی معناداری میان بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

۳- نتایج بررسی رابطه میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

جدول شماره‌ی سه- ضرائب معادله‌ی رگرسیون خام(B) و استاندارد شده(Beta)، F، هم‌بستگی(R)، ضریب تعیین(R^2) و آزمون دوربین واتسون(بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی)

فرضیه	متغیّر مستقل	متغیّر وابسته:کارآفرینی سازمانی								
		B	Beta	T	sig	F	R	sig	R^2	Durbin Watson
فرعی ۲	بعد کیفیت	۰/۵۴۱	۰/۵۵۴	۱۰/۴۸۸	۰/۰۰۰	۱۰۹/۹۹۴	۰/۳۰۷	۰/۰۰۰	۰/۳۰۴	۲/۴۰۳

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود به علت این‌که sig به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ است (۰/۰۵ > ۰/۰۰۰)، کل رگرسیون از اعتبار آماری لازم برخوردار است. ضریب Beta و عدد معناداری(sig) متغیّرها نیز نشانه‌ی این مطلب است که متغیّر کیفیت از اعتبار آماری برخوردار است. چرا که عدد معناداری این متغیّر از سطح معنادار ۰/۰۵ کوچک‌تر است. بنابراین به طورکلی رابطه‌ی معناداری میان بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

٤ – نتایج بررسی رابطه میان زیر بخش های متغیّرهای مستقل(ابعاد ساختاری و کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی)و متغیّر وابسته(کارآفرینی سازمانی)

جدول شماره‌ی چهار- نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیّرهای مستقل(ابعاد ساختاری و کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی) و متغیّر وابسته(کارآفرینی سازمانی)

	متغیّرها	مقدار ضریب هم‌بستگی	معنی داری (p- مقدار)	تعداد	وجود رابطه	نوع رابطه
بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی	روابط- کارآفرینی سازمانی	۰/٦۳۱	۰/۰۰۰	۲۵۰	دارد	مستقیم
	اعتماد- کارآفرینی سازمانی	۰/٤۲۳	۰/۰۰۰	۲۵۰	دارد	مستقیم
بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی	شبکه های ارتباطی - کارآفرینی سازمانی	۰/٦۲۲	۰/۰۰۰	۲۵۰	دارد	مستقیم
	انسجام اجتماعی- کارآفرینی سازمانی	۰/٦٦۱	۰/۰۰۰	۲۵۰	دارد	مستقیم
	ارتباطات- کارآفرینی سازمانی	۰/۷۲۸	۰/۰۰۰	۲۵۰	دارد	مستقیم
	ساختار ارتباط- کارآفرینی سازمانی	۰/۷۲۹	۰/۰۰۰	۲۵۰	دارد	مستقیم

بر اساس نتایج حاصل از آزمون هم‌بستگی،(۰/۰۱ > p) بنابراین فرضیه‌ی صفر رد می‌شود که نشان دهنده‌ی این است بین ابعاد ساختاری (اعتماد؛ روابط) و کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی (ساختار ارتباط؛ انسجام اجتماعی؛ ارتباطات؛ شبکه های ارتباطی) با کارآفرینی سازمانی در آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی داری وجود دارد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۱۰- بحث و مقایسه

با توجه به نتایج مذکور، می‌توان با تحقیقات مشابه در زمینه‌ی موضوع تحقیق بحث و مقایسه ای به شرح زیر داشت:

- نتیجه‌ی آزمون رگرسیون میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی نشان داد که میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

این نتیجه با مطالعات(جعفریان، ۱۳۸۷)؛ (آشنا ،۱۳۸۴) و تحقیقات (نان چن، ۲۰۰۷)؛ (اندرسون و میلر،۲۰۰۲)؛ (کلرک و دیگران،۲۰۰۳) هماهنگی بیش‌تری دارد.

- نتیجه‌ی آزمون رگرسیون میان بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی نشان داد که میان بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

این نتیجه با مطالعات (آشنا، ۱۳۸۴)؛ (اندرسون و میلر ، ۲۰۰۲)؛ (کلرک و دیگران، ۲۰۰۳) به نسبت هم‌جهت و هم‌راستا بوده است.

- نتیجه‌ی آزمون رگرسیون میان بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی نشان داد که میان بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

نتیجه‌ی حاضر تا حد زیادی با مطالعات (جعفریان، ۱۳۸۷)؛ (لی و همکاران، ۲۰۱۲) هم‌راستا و هماهنگ بوده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی

سازمان‌ها با شناخت و کشف ابعاد سرمایه های اجتماعی خود می‌توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته‌باشند و با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی می‌توانند سیستم‌های سازمانی خود از جمله کارآفرینی سازمانی را بهتر هدایت کنند. از این رو ضروری است رابطه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان یکی از اشکال سرمایه‌های طبقه‌بندی شده در بانک جهانی، با کارآفرینی سازمانی به عنوان پدیده‌ای که منجر به توسعه اقتصادی و رشد کشورها می‌شود، مورد مطالعه قرارگیرد و اهمیت و نقش مؤثر آن در ایجاد و ظهور کارآفرینی آشکار گردد.

تأثیر سرمایه ی اجتماعی بر کارآفرینی را به طور خلاصه می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

- سرمایه‌ی اجتماعی به بروز شاخص‌های کارآفرینی از جمله خلاقیت، ایده پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک پذیری کمک می کند.
- افرادی با سرمایه‌ی اجتماعی بالاتر به منابع و اطلاعات بیش‌تری دسترسی دارند که می‌تواند در روند تشکیل و توسعه کسب و کار و دستیابی به بازارهای جدید تأثیرگذار باشد، از این رو سرمایه‌ی اجتماعی اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد.
- کارآفرینانی که در گروه‌های اجتماعی واقع هستند احتمال بیش‌تری دارد که بتوانند فرصت‌های تجاری را به طور مؤثر تشخیص دهند و از آن بهره بگیرند.
- عضویت در شبکه‌های اجتماعی باعث تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شود؛ چرا که این عضویت، منابع مفید اطلاعات را در اختیار شخص قرار می‌دهد.
- به کارگیری تعاملات اجتماعی در سازمان‌ها نه تنها به مشارکت‌کنندگان در این ارتباطات سود می رساند؛ بلکه خود سازمان ها نیز با کاهش هزینه و زمان پاسخ به نیازها و تهدیدات محیطی به مزایایی دست پیدا می کنند.
- سرمایه‌ی اجتماعی شبکه‌هایی را فراهم می‌کند که عمل کشف فرصت‌های کارآفرینانه، شناسایی، گردآوری، تخصیص منابع کمیاب را تسهیل می‌کند و به فرآیند بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینانه کمک می‌کند.
- نوآوری در محصولات و خدمات به عنوان یکی از جنبه‌های کارآفرینی نیازمند انواع خاص سرمایه‌ی اجتماعی است. زمانی که یک نوآوری بسیار پیچیده و مستلزم یک تغییر بنیادین در فرآیندهای کنونی است، باید تخصص‌های جدید و افراد بیش‌تری که سرمایه‌ی اجتماعی عامل پیوند بین آن‌هاست، به کارگرفته شوند.

با توجه به مسؤولیت مهم و تأثیر بنیادی آموزش و پرورش در کشور و اهمیت ارتقای عملکرد روزافزون آن، توجه به سرمایه‌ی اجتماعی و نقش آن بر کارآفرینی سازمانی می‌تواند یکی از راهکارهای مؤثر در جهت ارتقای عملکرد آن باشد، از این رو هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل بوده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

۱- پیشنهادها بر اساس نتایج تحقیق

نتیجه‌ی اصلی تحقیق بیان کننده‌ی آن بود که رابطه‌ی معنی‌داری میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل وجود دارد بر این اساس برای هر یک از نتایج به دست آمده، پیشنهادهایی به صورت زیر ارائه می‌گردد:

- میان سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود و غنای سرمایه‌ی اجتماعی در سازمان در ارتباط با بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی به اعتماد و روابط و در بعد ساختار سرمایه‌ی اجتماعی به عواملی چون اندازه و گستردگی شبکه‌ی ارتباطات؛ ساختار روابط؛ ارتباطی؛ انسجام اجتماعی توجه شود که ریز پیشنهادهای هریک در بخش‌های بعدی خواهد آمد و برای تقویت کارآفرینی سازمانی به عواملی چون روحیه‌ی یادگیری؛ استقلال در کار؛ ریسک‌پذیری؛ خلاقیت و نوآوری کارکنان توجه ویژه شود و برنامه‌های مناسبی برای بهبود وضعیت آن‌ها اتخاذ شود.

- میان بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

پیشنهاد می‌شود با توجه به این‌که در ساختار سرمایه‌ی اجتماعی عواملی چون اراده و پشتکار؛ اندازه و گستردگی شبکه‌ی ارتباطات؛ ساختار روابط؛ ارتباطی؛ انسجام اجتماعی مؤثرند باید برای ارتقا و بهبود هر یک تدابیری اندیشیده و به صورت جدی در برنامه های ساختاری سازمان گنجانده شود و پیگیری‌های مجدانه‌ای صورت گیرد.

- میان بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به این‌که در بعد کیفیت سرمایه‌ی اجتماعی اعتماد و روابط بسیار حائز اهمیت می باشند؛ پیشنهاد می‌شود به منظور افزایش کیفیت و بهبود عملکرد در این ارتباط مسائل مرتبط با اعتماد و روابط نهادینه شده و به طور دقیق مورد بررسی قرار گیرد.

- میان اعتماد و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

با توجه به این موضوع، پیشنهاد می شود مواردی چون صداقت در گفتار و رفتار؛ اطمینان به حمایت دولت؛ اعتماد کارکنان به دوستان و اطرافیان؛ افتخار کارکنان به کار در سازمان؛ اطمینان به حفظ کار و موقعیت شغلی کارکنان تقویت شود و برنامه‌هایی برای این موضوعات صورت گیرد.

- میان روابط و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

پیشنهاد می‌شود مسؤولین سازمان به ایجاد روابط صمیمانه‌ی کارکنان؛ تلاش برای افزایش شناخت کارکنان؛ ایجاد حس کمک داوطلبانه کارکنان به یک‌دیگر؛ بحث و تبادل نظر کارکنان؛ بهبود روابط کارکنان در راستای بهبود عمکرد اقدامات لازم را در نظر گیرند.

- میان شبکه‌های ارتباطی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به این موضوع پیشنهاد می‌شود افزایش تعاملات اجتماعی در میان کارکنان؛ ایجاد حس تلاش برای حل مشکلات همکاران در میان کارکنان؛ افزایش سطح ارتباطات اجتماعی؛ تقویت تمایل به انجام کار گروهی و تیمی در برنامه‌های غنی سازی ارتباطات منابع انسانی سازمان اندیشیده شود و به طور مستقیم و غیرمستقیم اقدامات لازم صورت گیرد.

- در ارتباط با این‌که میان انسجام اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

در ارتباط با این نتیجه پیشنهاد می‌شود به مواردی نظیر توجه به حقوق اجتماعی کارکنان در سازمان؛ ترویج گذشت و فداکاری در مقابل اشتباهات دیگران در میان کارکنان؛ کاهش اختلاف نظر در میان کارکنان در مورد ارزش‌ها و باورها؛ هماهنگی و یک‌پارچگی میان روابط کارکنان؛ هماهنگی و ایجاد حس مشترک اهداف سازمانی میان کارکنان توسط مسؤولین محترم و مدیران مرتبط تدابیر لازم صورت گیرد.

- در ارتباط با این‌که میان ساختار روابط و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

پیشنهاد می‌شود به مواردی چون شرکت کارکنان در سطوح مختلف سازمانی در فعالیت‌های فوق برنامه‌ی سازمان؛ امکان ملاقات سریع همکاران؛ امکان ارتباط میان کارکنان و مدیران به طور مستقیم و شفافیت ساختار روابط در سازمان برای کارکنان فراهم شود و در این جهت برنامه‌ریزی‌های دقیقی انجام گیرد.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

- در ارتباط با این‌که میان ارتباطات و کارآفرینی سازمانی در اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد.

با توجه به این موضوع توصیه می گردد امکان انعکاس نظرهای مخالف و انتقادات کارکنان در سازمان؛ آزادی عمل و حمایت از نظرهای کارکنان؛ ایجاد فرهنگ استفاده از نظرهای همکاران؛ ایجاد ظرفیت پذیرش اشتباه و شنیدن نظرهای مخالف میان کارکنان؛ مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمان صورت پذیرد.

۲- پیشنهاد برای تحقیقات آتی

هر تحقیق علاوه بر سؤالاتی که به آن‌ها پاسخ می‌دهد، زمینه را برای مطرح شدن سؤالات جدیدتری فراهم می‌سازد. در این بخش به مواردی اشاره می شود که می‌تواند مبنای تحقیق‌های دیگر قرار گیرد:

- بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کیفیت زندگی کاری کارکنان
- بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر تعالی سازمانی
- بررسی نقش سرمایه‌ی اجتماعی بر بهبود عملکرد کارکنان.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

References

1. Abbasnejad,R.Satarzade,D.(2001). **Study of Social Capital on Entrepreneurship spirit of Sari Payame noor center university's students**. Entrepreneurship and Knowledged based business Administrations Conference. (In Persian)
2. Ahmadi, l.(2003). **Study of the social capital and its indexes.** Thesises of Tehran University. Pp 13-56. (In Persian)
3. Ahmadpour, M., Moghimi, s.M.(2006). <<**Entrepreneurship fundamentals**>>. Tehran University Entrepreneurship center Press. Pp. 2,17.(In Persian)
4. Alavi.s.B.(2007). **Effect of Social Capital in development**. Tadbir monthly journal. N.116.p.3.(In Persian)
5. Anderson, H & Andy, Miller (2003), **the social and humanistic capital effects on entrepreneurship** . academy of management review. Vol: 27. p: 17
6. Antonic, B & Hisrich , R,D. (2003): **clarifying the entrepreneurship**. journal of small business and enterprice development. Vol: 10. no : 1. p: 7
7. Asadnejad,B.(2000). **Study of the organizational Entrepreneurship in Iran insurance company**. Allame Tabatabaee university. Master thesis. Pp 15-55.
8. Ashena,M., Marzban,A., Taslimi,M.(2006). **Study of Social Capital and Organizational Entrepreneurship. Management Culture**. Pp. 14-27. (In Persian)
9. Blunden, A. (2003), **On Social Capital**, social-capital.html. (6 dec 200) p 123-147.
10. Bolini, Mark.c (2002) : **citizenship behavior and creation of social capital in organizations**. academy of management review . vol :27. no: 4. p: 2-22.
11. Clark, H. & Brennan, S.(2003). **Grounding in Communication, in: Perspectives on social capital the Beginning, in: Virtual Teams that Work**, J osseyBass, San Francisco, , pp. 1-17.Conca, F. J. et al, (2004), **Development of a measure to assess quality management in ertified firms,** European journal of operational research, (156), pp. 683-697
12. .Cronbach, L. J., (1951), <<**Coefficient alpha and the internal structure of test>>,** Psychometrica, (16), pp. 297-334.
13. Edwards, M. et al,(2000). **NGOs in a global future: Marrying local delivery to world wide leverage**, NGOs Conference, 2000.pp. 124-12
14. Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., & Sherif, K. (2005). **Social capital knowledge management and sustained performance**. Journal of nowledgeManagement, 9(3), informed measurement framework for researching social capital in family.
15. andHult, G. M. T. & Ferrell, O. C., (1997), **A global learning organization structure and market information processing**, Journal of Business Research, Vol. 40, pp.155–166.Journal, vol. 28, no. 6, pp. 566-82.
16. Hult, G. M. T. & Ferrell, O. C., (1997), **A global learning organization structure and market information processing**, Journal of Business Research, Vol. 40, pp.155–166.
17. Jafarian,V.(2008). **The Study of Social Capital and Organizational Entrepreneurship in Sadid industrial Group**. Thesises of Mazandaran University. (In Persian)
18. Kuratko, D. & Hodgetts , R. (2001): <<**entrepreneurship : a contemporary approach**>> . Harcourt college publisher . p:15.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

19. Leitch, CM, Hill, FM & Harrison, RT .(2010)**,<<The philosophy and practice of interpretivist research in entrepreneurship: quality, validation, and trust>>,** Organizational Research Methods, vol. 13, no. 1, pp. 67-84.Li .Yongqiang., X.

20. Wang., L. H.g., X. Bai.(2013). **How does entrepreneurs' social capital hinder new business development? A relational embeddedness perspective.** Journal of Business Research, Available online 18 June 2013.pp 11- 35.

21. Locklee.l,(2005),**knowledge management tool and techniques**,elsivier butterworth Heinemann. Pp 120-140.

22. Molavi,E.Hadaian,M.(2011). **The study of Organizational Entrepreneurship(Hamedan agricultural center**). Entrepreneurship and Knowledged based business Administrations Conference. (In Persian)

23. Naghdi,A.Mohammadpor,A.Souri.A.(2010). **Social capital and its effect on economic activities in Hamedan Province**. 21th year . No.40. winter. 177-194. (In Persian)

24. Nahapied,J& Ghoshal,S(1998): **social capital,intellectual capital and the organizational advantage**.academy of management review .vol:23.no 2.p:7-23.

25. Nan – Chen , cheng (2007) : **bowling alone : American declining social capita**l . journal of democracy no : 6 . p: 65- 66.

26. Nunnally, J. C., (1978), **<<Psychometric theory>>, Second ed., McGraw-Hill, New York.Oh, H. S., Chung, M. H., & Lbianca, G. (2004). <<group social capital>>.**

27. Pantam, R.(2000).Democracy and Civic tradition. Translated by Delforoz.M. Salam newspaper Press. Pp.23-45.Peterson, R. A., (1994), **A meta-analysis of cronbach,s coefficient alpha, Journal of consumer research**, (21), pp. 381-391.

28. Putnam , R , D (2000), <<The collapse and revival of American community>>. p: 14

29. Rabiee, A., Sadeghzade,H.(2000). **Study the effect of Social Capital on Entrepreneurship. Quarterly Journal of Social Welfare**. 11th year. Number: 41. Pp 6-31. (In Persian)

30. Ramos-Rodríguez, A-R, Medina-Garrido, J-A, Lorenzo-Gómez, J-D & Ruiz-Navarro, J (2010).**What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition**, International Small Business.

31. Rezaee, A. Shafizade, R. Shogi, B.(2012). **Study the relationship between Social Capital and Organizational Entrepreneurship**. Entrepreneurship and Knowledged based business Administrations Conference. (In Persian)

32. Shirvani, A.(2002).**the study of state sections performance on social capital**. Allame Tabatabaee University. (In Persian)

33. Stone, Wendy.(2001).**Measuring social capital:Towards a theoretically informed measurement framework for researching social capital in family andcommunity life**, Australian Institute of Family Studies. Pp 234-456.Thompson, D. (2009). **What does social capital mean**?. Australian journalof social issues,44(2), 145-161.

34. Tymon, W.G. & stump,s.A.(2003). **<<social capital in the success of knowledgeworkers>>**, Career Devdlopment Turner International , pp12-20.

35. Uphoff, N. and Wijayaranta, C. M. (2000), **<<Demonstrated benefits from social capital: the productivity of farmer organizations in Gal Oya Sri>>.**

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]

36. Yadollahi Farsi,J., Razavi,s.M.(2012). **The effect of social capital and human capital in youth Entrepreneurship in carbal village sections**. Human geoghraphic researches. N. 79. Spring. Pp103-115. (In Persian)
37. Zali, M.(2003). **The study of Entrepreneurship properties of Mazandaran University 's students**. Entrepreneurship center of Mazandarn University.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-20]