

تحلیل میزان اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر

حمید موحد محمدی^۱، نعمت‌اله شیری^{۲*}، روناک عربی^۳ و رویا کرمی^۴
۱، ۲، ۴، دانشیار و دانشجویان کارشناسی ارشد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تهران
۳، دانشجوی کارشناسی ارشد گروه ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه رازی کرمانشاه
(تاریخ دریافت: ۹۰/۳/۱۱ - تاریخ تصویب: ۹۰/۸/۱۱)

چکیده

این تحقیق به روش توصیفی-همبستگی با هدف کلی تحلیل میزان اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی انجام شد. جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر به تعداد ۹۴ نفر بوده است. با استفاده از سرشماری، برای تمامی افراد جامعه پرسشنامه ارسال شد که تعداد ۸۷ نفر از آن‌ها پرسشنامه‌ها را تکمیل و عودت دادند. ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود. روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظرات و پیشنهادهای اعضای هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران و مدیران سازمان جهاد کشاورزی ایلام پس از اصلاح و بازنگری به دست آمد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که مقدار آن به ترتیب برای مقیاس‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، ۰/۸۴ و ۰/۹۵ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS16 انجام شد. نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌داری بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. همچنین، نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه حاکی از آن است که حدود ۵۰ درصد از واریانس متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی توسط سه مولفه "هویت جمعی"، "شبکه‌ها و هنجارهای مشترک" و "انسجام و همبستگی جمعی" تبیین می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، اثرگذاری، کارآفرینی سازمانی، سازمان جهاد کشاورزی، شهرستان دره‌شهر

مقدمه

نیروی انسانی ماهر، متخصص، خلاق، خودباور و کارآفرین داشته باشد (Samadi & Shirzadi, 2007). در این شرایط، کارآفرینی یکی از عواملی است که سبب دگرگونی شرایط اقتصادی-اجتماعی و صنعتی یک کشور می‌شود (Samadi & Shirzadi, 2007).

عصر ما عصر شتاب، سرعت، دگرگونی و تغییر است. این تغییرات خواسته یا ناخواسته جنبه‌های مختلف زندگی ما را تحت تاثیر قرار می‌دهند. از این‌رو، جامعه‌ای در جهت سازگاری با این تغییرات موفق خواهد بود که

غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهد و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌گردد (Baker, 2003).

در حالی که فعالیت‌های کارآفرینی نتیجه سازوکارها و تعاملات اجتماعی می‌باشند، در موضوع کارآفرینی، بیش‌تر تحقیقات صرفاً به ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری و موقعیت محیطی پرداخته‌اند و سرمایه اجتماعی به عنوان مهم‌ترین عامل مورد توجه قرار نگرفته است (Ulhoi, 2004).

این در حالی است که امروزه، کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرینی را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نماید (Ahmadpurdariani, 1999).

سرمایه اجتماعی، به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه و ریسک‌پذیری می‌شود (Coleman, 1990) و در فعالیت‌های کارآفرینانه نقش مهمی دارد؛ چرا که کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی-اقتصادی است که از دو طریق به شرایط و بافت اجتماعی متکی است: اول آن که کارآفرینان افرادی هستند که محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم این که کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و در نتیجه وجود یا عدم وجود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار (کارآفرینی) تاثیر می‌گذارد (Alistair & Anderson, 2002).

سازمان‌ها با شناخت و شناسایی ابعاد سرمایه‌های اجتماعی خود می‌توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته باشند و با استفاده از سرمایه اجتماعی می‌توانند سیستم‌های سازمانی خود را بهتر هدایت نمایند که یکی از این موارد، کارآفرینی سازمانی است (Alavi, 2001).

پژوهش‌ها و مطالعات مختلفی به بررسی رابطه و تحلیل اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی اعضای گروه‌ها و سازمان‌ها پرداخته‌اند که به چند مورد آن اشاره می‌شود:

Vilanava (2003) در مطالعات خود سرمایه

به‌طوری‌که مقوله کارآفرینی به عنوان موثرترین نیروی بالقوه‌ی اقتصادی در تاریخ جهان به‌صورت بحث برانگیزی از حدود سه دهه گذشته تاکنون ظهور یافته و مطرح شده است (Alimiri, 2008).

کارآفرینی در قالب دو کارکرد فردی و سازمانی قابل توجه و تحلیل است. کارآفرینی فردی راه ورود نیروهای تازه‌کار به بازار است و کارآفرینی سازمانی راهی برای بازآفرینی قابلیت‌های سازمانی به‌شمار می‌آید. اخیراً کارآفرینی سازمانی به دلیل نقشی که در تقویت موقعیت‌های رقابتی سازمان ایفا می‌کند، توجه مدیران و صاحب نظران بسیاری را در عرصه مدیریت معطوف ساخته است و سازمان‌های موفق بسیاری نیز آن را به عنوان ابزاری موثر برای رقابت به‌کار گرفته‌اند (Moghimi, 2004).

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که در آن محصولات، یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده به ظهور می‌رسد به عبارتی دیگر، مجموعه فعالیت‌های است که از منابع و محدودیت‌های سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار است (Sammad Aghaee, 1999).

نگاه به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای احاطه شده اجتماعی راه را برای یک چشم انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار می‌سازد، به‌طوری‌که توجه را به سمت نکات مبهم و کم‌تر پرداخته شده، یعنی جنبه‌های اجتماعی پدیده اقتصادی-اجتماعی همچون کارآفرینی سازمانی، جلب می‌کند (Gholipur et al., 2008).

سرمایه اجتماعی که وجوه گوناگون سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارهای جمعی و شبکه‌های انسانی را در بر می‌گیرد و با تسهیل اقدامات هماهنگ، موجب بهبود کارایی جامعه می‌شود (Putnam, 1995). از مفاهیم نوینی است که نقش بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی را در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و امروزه در جامعه‌شناسی و اقتصاد و به تازگی در مدیریت و سازمان به صورت گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته است که به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منابع با ارزش اشاره دارد و با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. در

Adler & Kwon (2002) معتقدند که سرمایه اجتماعی، روابط با عرضه‌کنندگان و شبکه‌های تولید ناحیه‌ای را تقویت می‌نماید و یک عامل موثر در تسهیل خلاقیت و یادگیری سازمانی به‌شمار می‌رود.

Nan chen et al. (2007) در مطالعه خود به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی، گرایش کارآفرینی و منابع سازمانی پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان داد که رابطه مثبت و معنی‌داری میان سرمایه اجتماعی، گرایش کارآفرینی و منابع سازمانی وجود دارد، همچنین، نتایج این مطالعه حاکی از آن بود که سرمایه اجتماعی بر روی گرایش کارآفرینی، منابع سازمانی و عملکرد کارآفرینی تاثیر قابل توجه دارد.

Arab (2009) در پژوهش خود رابطه معنی‌دار بین اعتماد متقابل، تعاون و همکاری متقابل، همدلی، درک و اعتماد متقابل، همیاری و مشارکت داوطلبانه با کارآفرینی سازمانی را رد کرد، اما در مورد هنجارهای مشترک و انسجام و همبستگی جمعی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری مشاهده نمود.

Maafi (2008) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافت که اولاً بین سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن با کارآفرینی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، ثانیاً مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر روی کارآفرینی جامعه مورد مطالعه تاثیر مثبت و معنی‌داری دارند.

Ashena (2005) در تحقیق خود به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی پرداخت، نتایج مطالعه آن حاکی از رابطه مثبت و معنی‌دار بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی است. نتایج تحقیق Gholipur et al. (2008) نشان داد که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد علاوه براین، نتایج این تحقیق حاکی از آن است که مولفه‌های سرمایه اجتماعی قادر به پیشگویی تغییرات کارآفرینی سازمانی می‌باشند.

بررسی مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهد که در مجموع در مورد بررسی وضعیت اثرگذاری و رابطه مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی دانشمندان نظرات متفاوتی داده‌اند که البته بیشتر آن‌ها بر این نکته تاکید دارند که سرمایه اجتماعی بستر مناسبی را برای بروز قابلیت‌های کارآفرینانه در اعضای

اجتماعی را به عنوان پدیده‌ای مدیریتی تلقی نموده و برای آن ویژگی‌های متعددی تعیین کرده‌اند که شامل: اعتماد (هنجارها)، ارزش‌ها و رفتارهای مشترک، ارتباطات، همکاری، تعهد متقابل، شناخت متقابل و شبکه‌ها می‌شود. این دو محقق معتقدند که سرمایه اجتماعی به منزله پدیده‌ای مدیریتی و با ویژگی‌های مذکور، موجب دستیابی به منافع متقابلی همچون، انعطاف‌پذیری، نوآوری، خلاقیت و ... می‌شود که ارزش‌های نامحسوس (سرمایه مفهومی) را افزایش می‌دهد.

Anderson & Miller (2003) در مطالعات خود به این نتایج دست یافتند که سرمایه اجتماعی، به عنوان یک مشخصه اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری، تسهیل رفتارهای نوآورانه، ریسک‌پذیری، یادگیری سازمانی و ... می‌شود که از جمله ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی محسوب می‌شوند.

Bolino et al. (2002) در مطالعه خود به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه اجتماعی و تعهد کارکنان، انعطاف‌پذیری، مدیریت مناسب کنش جمعی و ایجاد سطح بالایی از سرمایه مفهومی، رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است.

Wiklund & Shepherd (2003) معتقدند که علاوه بر عوامل اقتصادی همچون مزیت‌های بازار و سرمایه که بر کارآفرینی تاثیر می‌گذارند، عوامل غیر اقتصادی همچون شبکه روابط اجتماعی نیز می‌توانند بر پدیده کارآفرینی تاثیرگذار باشند.

Putnam (1993) معتقد است که عضویت در شبکه‌ها باعث تقویت فعالیت‌های کارآفرینی می‌شود؛ چرا که این عضویت منابع مفید اطلاعات را در اختیار شخص قرار می‌دهد.

Ruf (2002) نقش پیوندهای اجتماعی در تولید ایده‌های نوآورانه را مورد بررسی قرار داد. وی به این نتیجه رسید که می‌توان از افرادی که متصل به گروه‌های اجتماعی هستند، انتظار داشت ایده‌های ارزشمندی ارایه کنند و از خلاقیت کافی برخوردار باشند و در مجموع به این نتیجه دست یافتند که گرایش به سمت نوآوری در بین کارآفرینان تابعی از انواع روابط اجتماعی است که کارآفرینان در آن واقع شده‌اند (Gholipur et al., 2008).

دیدگاه‌های Onyx & Bulen (2000)، Putnam (2000) در باب سرمایه اجتماعی ۳۱ پرسش با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱- کاملاً مخالفم تا ۵- کاملاً موافقم) طراحی شد که شامل مولفه‌های: همیاری و مشارکت داوطلبانه، هویت جمعی، تعاون و همکاری متقابل، همدلی، درک و احترام متقابل، انسجام و همبستگی جمعی، شبکه‌ها و هنجارهای مشترک و اعتماد بود. بخش سوم پرسشنامه مقیاسی برای سنجش کارآفرینی سازمانی بود که با استفاده و ترکیب دیدگاه‌های Farhangi & Safarzadeh (2005)، Moghimi (2004) و Antokic & Hisrich (2003) در باب کارآفرینی سازمانی ۳۱ پرسش با طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱- کاملاً مخالفم تا ۵- کاملاً موافقم) طراحی شد که شامل مولفه‌های: یادگیری سازمانی، آموزش کارآفرینی، تفویض اختیار، سیستم پاداش مناسب، کشف و تعقیب فرصت‌ها، فرهنگ سازمانی، حمایت مدیریت از ایده‌های جدید کارکنان، رفتار خلاقانه، نوآوری و انعطاف‌پذیری بود. روایی محتوای پرسشنامه، با استفاده از نظرات و پیشنهاد‌های مدیران سازمان جهاد کشاورزی استان ایلام و اعضای هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تهران پس از اصلاح و بازنگری به‌دست آمد. به‌گونه‌ای که پس از مطالعه عمیق سؤالات پرسشنامه، نظرات اصلاحی خود را اعلام و پس از مصاحبه حضوری با این افراد و بحث و بررسی در مورد سؤالات مطرح شده، اصلاحات مورد نظر آن‌ها انجام شد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. بنابراین، تعداد ۳۰ نسخه از پرسشنامه توسط بخشی از جامعه آماری تحقیق تکمیل گردید و سپس ضریب آلفای کرونباخ آن مورد سنجش قرار گرفت. مقدار این ضریب به ترتیب برای مقیاس‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، ۰/۸۴ و ۰/۹۵ به دست آمد که نشان‌دهنده اعتبار بالای ابزارهای تحقیق می‌باشند. در پایان به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSS16 استفاده گردید.

نتایج و بحث

- ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان

همان‌گونه که جدول (۱) نشان می‌دهد سن کارکنان

گروه‌ها و سازمان‌ها فراهم می‌سازد به عبارت دیگر، اکثر محققان تقویت سرمایه اجتماعی را از جمله عوامل موثر در ارتقای کارآفرینی تلقی می‌کنند و بر نقش سرمایه اجتماعی در فعالیت‌ها و فرآیندهای کارآفرینی و تاثیرپذیری مثبت مولفه‌های کارآفرینی از پیوندها و ارتباطات اجتماعی تاکید دارند. در این راستا، هدف کلی پژوهش حاضر بررسی و تحلیل وضعیت اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر واقع در استان ایلام می‌باشد که در جهت نیل به آن اهداف اختصاصی زیر دنبال می‌شود:

- ۱- بررسی و توصیف ویژگی‌های فردی افراد مورد مطالعه
- ۲- بررسی و توصیف وضعیت سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن در بین افراد مورد مطالعه
- ۳- بررسی و توصیف وضعیت کارآفرینی سازمانی و مولفه‌های آن در بین افراد مورد مطالعه
- ۴- بررسی رابطه مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه
- ۵- بررسی وضعیت اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی جامعه آماری مورد مطالعه

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نوع درجه و اهمیت و میزان کنترل متغیرها، میدانی، از نظر گردآوری داده‌ها، پیمایشی و از لحاظ شیوه تحلیل داده‌ها از نوع توصیفی- همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق، شامل کلیه کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر (استان ایلام)، به تعداد ۹۴ نفر بوده است. با استفاده از سرشماری، برای تمام افراد پرسشنامه ارسال شد که تعداد ۸۷ نفر از آن‌ها پرسشنامه‌ها را تکمیل و عودت دادند. ابزار اصلی برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بود. پرسشنامه مذکور از سه بخش تشکیل شده بود؛ بخش اول شامل ویژگی‌های فردی پاسخگویان (سن، جنسیت، تاهل، سابقه کار، میزان تحصیلات و رشته تحصیلی) بود. بخش دوم پرسشنامه، مقیاسی برای سنجش سرمایه اجتماعی بود که با استفاده و ترکیب

اولویت‌بندی مولفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی

سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه

به منظور اولویت‌بندی مولفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در میان پاسخگویان از ضریب تغییرات استفاده گردید.

جدول (۳) وضعیت اولویت‌بندی مولفه‌های سرمایه اجتماعی را در بین پاسخگویان نشان می‌دهد. این مولفه‌ها شامل: همیاری و مشارکت داوطلبانه، هویت‌جمعی، تعاون و همکاری متقابل، انسجام و همبستگی جمعی، شبکه‌ها و هنجارهای مشترک و اعتماد هستند. همان‌گونه که جدول (۳) نشان می‌دهد از بین مولفه‌های مختلف سرمایه اجتماعی، "همیاری و مشارکت داوطلبانه" و "هویت‌جمعی" بیش از سایر مولفه‌ها در بین کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر وجود دارند. در این بین کم‌ترین اولویت به مولفه‌های "اعتماد" و "شبکه‌ها هنجارهای مشترک" اختصاص یافته است.

جدول ۳- وضعیت اولویت‌بندی مولفه‌های سرمایه اجتماعی در جامعه مورد مطالعه

رتبه	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین (از ۵)	مولفه‌ها
۱	۰/۱۶۱	۰/۶۱۳	۳/۷۹۸	- همیاری و مشارکت داوطلبانه
۲	۰/۱۷۹	۰/۶۷۵	۳/۷۶۶	- هویت‌جمعی
۳	۰/۱۹۴	۰/۷۲۳	۳/۷۲۴	- تعاون و همکاری متقابل
۴	۰/۲۰۷	۰/۷۴۴	۳/۵۸۰	- همدلی، درک و احترام متقابل
۵	۰/۲۲۶	۰/۸۰۷	۳/۵۶۱	- انسجام و همبستگی جمعی
۶	۰/۲۴۶	۰/۸۰۱	۳/۲۵۱	- شبکه‌ها و هنجارهای مشترک
۷	۰/۲۵۴	۰/۷۷۰	۳/۰۳۳	- اعتماد

جدول (۴) وضعیت اولویت‌بندی مولفه‌های

کارآفرینی سازمانی در جامعه مورد مطالعه نشان می‌دهد. این مولفه‌ها شامل: یادگیری سازمانی، آموزش کارآفرینی، تفویض اختیار، کشف و تعقیب فرصت‌ها، فرهنگ سازمانی، سیستم پاداش مناسب، حمایت مدیران از ایده‌های جدید کارکنان، رفتار خلاقانه، نوآوری و انعطاف‌پذیری می‌باشند. همان‌گونه که جدول (۴)

مورد مطالعه در دامنه ۲۳-۵۸ سال با میانگین ۳۸ سال و انحراف معیار حدود ۱۰ سال قرار دارد. همچنین، نتایج جدول (۱) حاکی از آن است که سابقه کار پاسخگویان در دامنه ۱-۳۲ سال با میانگین حدود ۱۵ سال و انحراف معیار حدود ۱۰ سال قرار دارد.

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن و سابقه کار

متغیر	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
سن	۲۳	۵۸	۳۸/۰۸	۹/۸۲
سابقه کار	۱	۳۲	۱۴/۶۹	۱۰/۳۵

همان‌گونه که جدول (۲) نشان می‌دهد، اکثریت پاسخگویان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر مرد (۷۵/۶ درصد) مرد و تنها ۲۴ درصد از آن‌ها زن بودند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که ۵۷ نفر با بیش‌ترین فراوانی (۷۳ درصد) متاهل و تنها ۲۷ درصد از آن‌ها مجرد هستند.

نتایج جدول (۲) حاکی از آن است که بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۹ درصد) دارای مدرک لیسانس و حدود ۳۴ درصد از آن‌ها فوق‌دیپلم و پایین‌تر بودند این در حالی است که فقط ۵ نفر از آن‌ها (۶/۴ درصد) دارای مدرک فوق‌لیسانس و بالاتر هستند. نتایج جدول ۲ همچنین نشان می‌دهد که از میان کارکنان مورد مطالعه ۳۸ نفر (۴۹ درصد) رشته کشاورزی و ۲۸ نفر از آن‌ها دارای مدرک تحصیلی در رشته‌های غیر کشاورزی بودند.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت، تاهل، مدرک تحصیلی و رشته تحصیلی

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت		
زن	۱۹	۲۴/۴
مرد	۵۹	۷۵/۶
تاهل		
متاهل	۵۷	۷۳/۱
مجرد	۲۱	۲۶/۹
میزان تحصیلات		
فوق‌دیپلم و پایین‌تر	۲۷	۳۴/۶
لیسانس	۴۶	۵۹
فوق‌لیسانس و بالاتر	۵	۶/۴
رشته تحصیلی		
کشاورزی	۳۸	۴۸/۷
غیر کشاورزی	۲۸	۳۵/۹
بدون پاسخ	۱۲	۱۵/۴

می‌باشد. مطابق نتایج به‌دست آمده میزان سرمایه اجتماعی بیشتر پاسخگویان در حد متوسط است. (جدول ۵)

جدول ۵- توزیع فراوانی میزان سرمایه اجتماعی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی

میزان سرمایه اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کم (کم‌تر از ۱۰۱/۳۵)	۱۹	۲۴/۴	۲۴/۴
متوسط (۱۱۷/۵۵ - ۱۰۱/۳۵)	۳۵	۴۴/۹	۶۹/۲
زیاد (بالاتر از ۱۱۷/۵۵)	۲۴	۳۰/۸	۱۰۰

میانگین: ۱۰۹/۴۵ انحراف معیار: ۱۸/۲۱ حداقل: ۳۱ حداکثر: ۱۵۵

همچنین، بررسی میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان جهاد کشاورزی با استفاده ISDM نشان داد که میانگین کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی با حداکثر امتیاز ۱۵۵، ۹۸/۴۳ و انحراف معیار ۱۷/۷۸ می‌باشد. مطابق نتایج به‌دست آمده میزان کارآفرینی سازمانی بیشتر کارکنان سازمان جهاد کشاورزی در حد متوسط و کم است. (جدول ۶)

جدول ۶- توزیع فراوانی میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی

میزان کارآفرینی سازمانی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
کم (کم‌تر از ۸۹/۵۴)	۲۳	۲۹/۵	۲۹/۵
متوسط (۱۰۷/۳۲ - ۸۹/۵۴)	۳۰	۳۸/۵	۶۷/۹
زیاد (بالاتر از ۱۰۷/۳۲)	۲۵	۳۲/۱	۱۰۰

میانگین: ۹۸/۴۳ انحراف معیار: ۱۷/۷۸ حداقل: ۳۱ حداکثر: ۱۵۵

- بررسی رابطه میان مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی پاسخگویان

برای تعیین وجود رابطه همبستگی بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی افراد مورد مطالعه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید. (جدول ۷)

ضریب همبستگی پیرسون برای مولفه اعتماد کارکنان سازمان جهاد کشاورزی نسبت به یکدیگر $r = 0.252$ است که در سطح ۵ درصد معنی‌دار می‌باشد ($p = 0.026$). بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که بین اعتماد کارکنان نسبت به یکدیگر و کارآفرینی در سازمان آن‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این یافته با نتایج تحقیقات، (Maafi, 2008)،

نشان می‌دهد از میان مولفه‌های کارآفرینی سازمانی، "یادگیری سازمانی" و "آموزش کارآفرینی" بیش از سایر مولفه‌ها در بین کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر وجود دارند. در این بین کم‌ترین اولویت به مولفه‌های "انعطاف‌پذیری" و "نوآوری" اختصاص داده شده است.

جدول ۴- وضعیت اولویت‌بندی مولفه‌های کارآفرینی سازمانی

در جامعه مورد مطالعه			
مولفه‌ها	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	ضریب رتبه تغییرات
- یادگیری سازمانی	۳/۲۱۳	۰/۶۸۵	۰/۲۱۳
- آموزش کارآفرینی	۳/۲۱۷	۰/۷۰۴	۰/۲۱۸
- تفویض اختیار	۳/۲۹۰	۰/۷۴۳	۰/۲۲۵
- سیستم پاداش مناسب	۳/۲۰۵	۰/۷۴۴	۰/۲۳۲
- کشف و تعقیب فرصت‌ها	۳/۰۳۸	۰/۷۲۴	۰/۲۳۸
- فرهنگ سازمانی	۳/۱۸۳	۰/۷۶۲	۰/۲۳۹
- حمایت مدیریت از ایده‌های جدید کارکنان	۳/۱۷۳	۰/۷۵۹	۰/۲۴۱
- رفتار خلاقانه	۳/۰۴۲	۰/۷۴۱	۰/۲۴۳
- نوآوری	۰/۲۰۵	۰/۷۸۲	۰/۲۴۳
- انعطاف‌پذیری	۰/۲۱۷	۰/۷۸۵	۰/۲۴۴

- بررسی میزان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه

برای بررسی میزان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر، پس از جمع جبری گویه‌ها براساس فاصله انحراف معیار از میانگین یا معیار (ISDM) استفاده شد (Gangadharappa et al, 2007).

$$A \langle \bar{x} - \frac{1}{2} SD$$

$$\bar{x} + \frac{1}{2} SD \langle B \langle \bar{x} - \frac{1}{2} SD$$

$$C \rangle \bar{x} + \frac{1}{2} SD$$

بررسی میزان سرمایه اجتماعی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی با استفاده ISDM نشان داد که میانگین سرمایه اجتماعی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی با حداکثر امتیاز ۱۵۵، ۱۰۹/۴۵ و انحراف معیار ۱۸/۲۱

درک و احترام متقابل $r = 0/472$ است که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد ($p = 0/000$). بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان بیان کرد که بین همدلی درک و احترام متقابل افراد سازمان با یکدیگر و کارآفرینی در سازمان آن‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، هر چه کارکنان همدیگر را بیش‌تر درک و احساس کنند و برای هم ارزش و احترام قایل باشند، کارآفرینی در سازمان آنان بیش‌تر می‌شود. که نتایج تحقیقات (2008) Maafi، (2005) Ashena و (2008) Gholipur et al. نیز موید این مطلب می‌باشد.

ضریب پیروان مولفه همیاری و مشارکت داوطلبانه پاسخگویان $r = 0/543$ است که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد ($p = 0/000$). یعنی با احتمال ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که بین همیاری و مشارکت داوطلبانه افراد در وظایف و کارهای سازمان و کارآفرینی در آن سازمان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، هرچه حس همیاری و مشارکت افراد در سازمان بیش‌تر باشد، کارآفرینی در آن سازمان بیش‌تر است. نتایج مطالعات (2008) Maafi، (2005) Ashena و (2008) Gholipur et al. هم این یافته را تایید می‌کند.

ضریب همبستگی پیروان محاسبه شده برای مولفه هویت‌جمعی معادل $r = 0/556$ است که در سطح یک درصد معنی‌دار است ($p = 0/000$). بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که بین مولفه هویت‌جمعی کارکنان و کارآفرینی سازمانی آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر، هرچه افراد سازمان جمع‌گراتر و هماهنگ با دیگر کارکنان باشند، کارآفرینی در آن سازمان افزایش می‌یابد. نتایج تحقیقات (2009) Arab، (2008) Maafi، (2005) Ashena و (2008) Gholipur et al. هم این یافته را تایید می‌کند.

با توجه به مطالب بالا و جدول (۷) مشاهده می‌شود که بین تمام مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، می‌توان قضاوت نمود که بین سرمایه اجتماعی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر و کارآفرینی در سازمان آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج تحقیقات، (2002) Alistair & Anderson، (2007) Nan chen et al. و (2002) & Kwon

Ashena (2005) و Gholipur et al. (2008) همسو می‌باشد.

ضریب همبستگی پیروان برای مولفه شبکه‌ها و هنجارهای مشترک کارکنان سازمان جهاد کشاورزی $r = 0/555$ است که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد ($p = 0/000$). یعنی با احتمال ۹۹ درصد می‌توان گفت که بین شبکه‌ها و هنجارهای مشترکی که در سازمان وجود دارد و کارآفرینی در سازمان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد، به عبارتی، هرچه شبکه‌ها و هنجارهای مشترک بیش‌تری در سازمان رواج یابد، نگرش و تمایل افراد به کارآفرینی در آن سازمان بیش‌تر می‌شود و آن افراد در سازمان کارآفرین‌تر می‌شوند یا کارآفرینی در سازمان آن‌ها بیش‌تر می‌شود. که نتایج تحقیقات (2008) Maafi، (2005) Ashena، Arab، (2009) Wiklund & Shepherd، (1993) Putnam، (2003) و (2008) Gholipur et al. موید این مطلب می‌باشند.

ضریب همبستگی مولفه تعاون و همکاری متقابل کارکنان سازمان جهاد کشاورزی $r = 0/417$ به دست آمد که در سطح یک درصد معنی‌دار می‌باشد ($p = 0/000$). بنابراین، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت نمود که میان تعاون و همکاری متقابل کارکنان و کارآفرینی سازمانی آنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بدین معنی که هر چه تعاون و همکاری در بین افراد سازمان بیش‌تر باشد، کارآفرینی در آن سازمان هم بیش‌تر می‌شود. نتایج تحقیقات (2008) Maafi، Ashena (2005) و (2008) Gholipur et al. این یافته را تایید می‌کنند.

ضریب همبستگی محاسبه شده برای مولفه انسجام و همبستگی جمعی پاسخگویان $r = 0/241$ است که در سطح پنج درصد معنی‌دار می‌باشد ($p = 0/037$). بنابراین، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان قضاوت نمود که بین مولفه انسجام و همبستگی جمعی کارکنان در سازمان و کارآفرینی در آن سازمان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نتایج تحقیقات (2009) Arab، (2008) Maafi، (2005) Ashena و (2008) Gholipur et al. هم این یافته را تایید می‌کند.

ضریب همبستگی محاسبه شده برای مولفه همدلی،

(2008) Ashena، (2005) و (2008) Gholipur et al. با این مطلب همسو می‌باشند.

توسط این متغیر (شبکه‌ها و هنجارهای مشترک) تبیین می‌گردد. نتایج تحقیقات ، Wiklund & Shepherd (2003) و Putnam (1993) همسو با این یافته می‌باشند و نقش و تاثیر که شبکه‌ها و هنجارهای مشترک بر کارآفرینی در سازمان‌ها دارند مورد تاکید قرار داده‌اند.

در گام سوم، مولفه انسجام و همبستگی جمعی پاسخگویان وارد معادله گردید. این مولفه ضریب همبستگی چندگانه (R) را به ۰/۷۰۸ و مقدار ضریب تعیین (R^2) را تا حد ۰/۵۰۱ بالا برد، بنابراین، ۵/۷ درصد از تغییرات کارآفرینی سازمانی پاسخگویان توسط این متغیر تبیین می‌گردد.

بنابراین، با توجه به نتایج رگرسیون چندگانه می‌توان بیان کرد که مولفه‌های سرمایه اجتماعی همچون؛ هویت جمعی، شبکه‌ها و هنجارهای مشترک و انسجام و همبستگی جمعی کارکنان حدود ۵۰ درصد ($R^2=0/501$) از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی را تبیین می‌کنند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که ۵۰ درصد تغییرات کارآفرینی سازمانی به مولفه‌های سرمایه اجتماعی همچون؛ هویت جمعی، شبکه‌ها و هنجارهای مشترک و انسجام و همبستگی جمعی مربوط می‌شود و ۵۰ درصد باقی‌مانده به عوامل دیگری مربوط می‌شود که در معادله رگرسیون وارد نشده‌اند. (2008) Maafi (2008) Gholipur et al، (2008) Nan chen et al (2007)، (2002) Adler & Kwon و (2002) Ruf در تحقیقات خود اثرگذاری سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن بر کارآفرینی سازمانی را مورد تایید قرار داده‌اند.

جدول ۸- رگرسیون چندگانه برای بررسی وضعیت اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی

گام	مولفه‌ها	ضریب همبستگی (R)	ضریب تعیین (R^2)
۱	هویت جمعی کارکنان	۰/۵۵۶	۰/۳۱۰
۲	شبکه‌ها و هنجارهای مشترک	۰/۶۶۶	۰/۴۴۴
۳	انسجام و همبستگی جمعی	۰/۷۰۸	۰/۵۰۱

جدول ۷- همبستگی میان مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی افراد مورد مطالعه

مولفه‌های سرمایه اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون (r)	سطح معنی‌داری
- اعتماد	۰/۲۵۲*	۰/۰۲۶
- شبکه‌ها و هنجارهای مشترک	۰/۵۵۵**	۰/۰۰۰
- تعاون و همکاری متقابل	۰/۴۱۷**	۰/۰۰۰
- انسجام و همبستگی جمعی	۰/۲۴۱*	۰/۰۳۷
- همدلی، درک و احترام متقابل	۰/۴۷۲**	۰/۰۰۰
- همیاری و مشارکت داوطلبانه	۰/۵۳۴**	۰/۰۰۰
- هویت جمعی	۰/۵۵۶**	۰/۰۰۰

* معنی‌داری در سطح ۵ درصد، ** معنی‌داری در سطح ۱ درصد

- تعیین میزان اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی افراد مورد مطالعه

در این تحقیق به منظور تعیین میزان اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر روی کارآفرینی سازمانی جامعه آماری مورد مطالعه از رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام استفاده گردید. پس از وارد کردن مولفه‌های سرمایه اجتماعی که همبستگی معنی‌داری با متغیر وابسته (کارآفرینی سازمانی) داشتند، معادله تا سه گام پیش رفت. نتایج به‌دست آمده در جدول (۸) نشان می‌دهد که در اولین گام مولفه هویت جمعی وارد معادله گردیده است. مقدار ضریب همبستگی چندگانه (R) برابر با ۰/۵۵۶ و ضریب تعیین (R^2) آن برابر با ۰/۳۱۰ است به عبارت دیگر، ۳۱ درصد تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی توسط این مولفه (هویت جمعی) تبیین می‌گردد.

در گام دوم، مولفه شبکه‌ها و هنجارهای مشترک وارد معادله گردید. این متغیر ضریب همبستگی چندگانه (R) را به ۰/۶۶۶ و ضریب تعیین (R^2) را به ۰/۴۴۴ افزایش داد، به عبارت دیگر، ۱۳/۴ درصد از تغییرات کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی

جدول ۹- مقدار تاثیر مولفه‌های تاثیرگذار سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی افراد مورد مطالعه

مولفه‌ها	ضریب استاندارد نشده (B)	ضریب استاندارد شده (Beta)	t	sig
ضریب ثابت	۱/۳۰۰	-	۳/۹۸۱	۰/۰۰۰
هویت جمعی	۰/۳۳۵	۰/۳۹۵	۴/۳۲۷	۰/۰۰۰
شبکه‌ها و هنجارهای مشترک	۰/۳۴۷	۰/۴۸۴	۴/۸۸۴	۰/۰۰۰
انسجام و همبستگی جمعی	-۰/۱۴۵	-۰/۲۰۳	-۲/۲۰۶	۰/۰۳۰

با توجه به توضیحات بالا و نتایج جدول (۹)، معادله خطی حاصل از رگرسیون به شکل زیر می‌باشد:

$$Y = 1.300 + 0.335X_1 + 0.347X_2 - 0.145X_3$$

که در این معادله:

Y: کارآفرینی سازمانی،

X1: هویت جمعی،

X2: شبکه‌ها و هنجارهای مشترک و

X3: انسجام و همبستگی جمعی می‌باشد.

نتایج جدول (۹) نشان می‌دهد، که مولفه شبکه‌ها و هنجارهای مشترک کارکنان با مقدار بتا (Beta) برابر با ۰/۴۸۴ بیش از سایر مولفه‌ها بر روی کارآفرینی پاسخگویان تاثیر می‌گذارد و بعد از آن به ترتیب مولفه‌های هویت جمعی کارکنان با مقدار بتا ۰/۳۹۵ و انسجام و همبستگی جمعی با مقدار بتا ۰/۲۰۳ - بر روی کارآفرینی سازمانی و افراد مورد مطالعه تاثیر می‌گذارند. (B=۰/۳۴۷) بیش از سایر مولفه‌ها بر روی کارآفرینی سازمانی پاسخگویان تاثیر می‌گذارد و بعد از آن به ترتیب مولفه‌های هویت جمعی کارکنان (B=۰/۳۳۵) و انسجام و همبستگی جمعی (B=-۰/۱۴۵) بر روی کارآفرینی سازمانی افراد مورد مطالعه تاثیر می‌گذارند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این مطالعه با هدف کلی تحلیل میزان اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر انجام شد. بنابراین، یکی از مهم‌ترین اهداف آن در درجه اول بررسی رابطه همبستگی بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی در جامعه آماری مورد مطالعه بود. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که بین

مولفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی جامعه آماری مورد مطالعه، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که با کاهش یا افزایش مقدار عددی سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز کاهش یا افزایش می‌یابد و سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی بالایی باشد، کارآفرینی سازمانی نیز در آن بهبود می‌یابد. همچنین، نتایج حاصل از آزمون رگرسیون چندگانه به شیوه گام به گام برای بررسی میزان اثرگذاری مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر روی کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان دره‌شهر حاکی از آن است که سه مولفه‌ی "هویت جمعی"، "شبکه‌ها و هنجارهای مشترک" و "انسجام و همبستگی جمعی" قادرند حدود ۵۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی را تبیین کنند. بنابراین، سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی بالایی باشد، می‌تواند با تاثیری که بر روی کارآفرینی در آن سازمان می‌گذارد، موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد شود و این ایده‌ها باعث بروز خلاقیت در افراد شده و این خلاقیت باعث بروز نوآوری و کارآفرینی در آن سازمان می‌گردد. به‌طور کلی، می‌توان گفت هرگونه بهبود در سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن به بهبود در کارآفرینی سازمانی منجر می‌گردد و بر عکس هرگونه کاهش در سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن منجر به کاهش کارآفرینی در سازمان می‌شود. در این وضعیت بر مدیران و برنامه‌ریزان است که به سرمایه اجتماعی سازمان و مولفه‌های آن که مهم‌ترین رکن سازمان و از اصلی‌ترین سرمایه‌هایی است که موجب بروز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در سازمان می‌شود، توجه ویژه داشته باشند و در جهت بهبود آن اقدامات لازم را انجام دهند. در این زمینه موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- با تشکیل شبکه‌ها و گروه‌های همکاری در سازمان آن‌ها را به سمت جمع‌گرایی و کارکردن با هم تشویق کنیم تا سرمایه اجتماعی در سازمان افزایش یابد که آن هم خود باعث شکوفایی سازمان می‌شود.

- روابط اجتماعی، اعتماد و همدلی را بین کارکنان سازمان برقرار کنیم تا آنان نسبت یکدیگر اطمینان داشته باشند و با همکاری هم در جهت رسیدن به

اهداف سازمان تلاش کنند.

- مدیران سازمان تا آنجایی که می‌توانند در انجام وظایف و برخورد با کارکنان سازمان به ارزش‌های انسانی، کرامت و احترام متقابل توجه نمایند تا موجب تشویق کارکنان شوند و سرمایه اجتماعی در سازمان افزایش یابد.

- براساس یافته‌ها، مولفه‌های "هویت‌جمعی"، "شبکه‌ها و هنجارهای مشترک" اثرات مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی مورد مطالعه دارند. بنابراین، به مدیران توصیه می‌شود که کارکنان را به کار کردن با هم تشویق کنند تا آن‌ها اقدام به تشکیل شبکه‌ها و گروه‌ها کنند و جمع‌گرایی آنان بهبود یابد.

- نتایج نشان داد که مولفه "شبکه‌ها و هنجارهای مشترک" مهم‌ترین عامل تاثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی می‌باشد. بنابراین، توصیه می‌شود مدیران سازمان‌ها و ادارات در روابط با کارکنان بویژه در ارایه وظایف به کارکنان آن‌ها را وارد به انجام کارها به صورت گروهی و هماهنگ با هم کنند تا کارآفرینی در سازمان شکوفا شود.

اهداف سازمان تلاش کنند.

- مدیران سازمان تا آنجایی که می‌توانند در انجام وظایف و برخورد با کارکنان سازمان به ارزش‌های انسانی، کرامت و احترام متقابل توجه نمایند تا موجب تشویق کارکنان شوند و سرمایه اجتماعی در سازمان افزایش یابد.

- براساس یافته‌ها، مولفه‌های "هویت‌جمعی"، "شبکه‌ها و هنجارهای مشترک" اثرات مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی مورد مطالعه دارند. بنابراین، به مدیران

REFERENCES

- Adler, S. & Kwon, S. (2002). Social Capital: Prospects for a new Concept, *Academy of management Review* 27(1):1740-1756.
- Ahmadpur dariani, M. (1999). *Entrepreneurship: Definitions, theories and patterns*, Pardis. (In Farsi).
- Alavi, B. (2001). Social capitals Role in the development, *Tadbir -ournal*, No. 116, 34-40. (In Farsi).
- Alimiri, M. (2008). Entrepreneurship education: the emergence, development, trends and challenges. *Entrepreneurship Development*, Vol. 1, (1), 133-169. (In Farsi).
- Anderson, A. R. & Miller, C. J. (2003). "Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process", *Journal of Socio-Economics* 32 (2003) 17-36.
- Antokic, B & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the interaparensnip concept, *Journal of small Business an Enterprise Development*, 10, (1), 7-24.
- Arab, A. (2009). *Investigation the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in Public and private sectors in Qom province*, M.Sc Thesis, university college Qom, faculty of management, university of Tehran. (In Farsi).
- Ashena, M. (2005). *Investigation the relationship between social capital and organizational entrepreneurship in pars Arak wagon*, M.Sc Thesis, faculty of management, university of Tehran. (In Farsi).
- Baker, W. (2003). *Management and social capital*, Translated by: Alvani, M. and Rabiee, Industrial management organization: Tehran. (In Farsi).
- Bolino, M. C., William, H.T. & James, M.B. (2002). Citizenship behavior and creation of social capital in organizations. *Academy of management review*.27, (4), 505-522.
- Coleman, S. (1990). *Foundations of social theory*, cambridge, Harvard university press.
- Farhangi, A. & Safarzadeh, H. (2005). Design and explain the model of organizational communication in organizational entrepreneurship process, *Scientific- research Journal Shahid University*, 12, (14), 1-20. (In Farsi).
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: the social virtues and the creation prosperity*, NewYork: Free Press, chapter 9.
- Gholipur, R., Madhushi, M. & Jafarian, V. (2008). Analysis of the relationship and impact of social capital on organizational entrepreneurship: (Case Study in Sadid Industrial Group). *Journal of Management Culture*. 6, (17), 111-129. (In Farsi).
- Maafi, V. (2008). *The role of social capital in entrepreneurship process*, M.Sc Thesis, university college Qom, faculty of management, university of Tehran. (In Farsi).
- Moghimi, S. (2004). Effective factors on organizational entrepreneurship in public Iranian cultural and social service organizations, *Journal of Management Culture*. 2, (7), 27-78. (In Farsi).
- Nan Chen, C., Chung Tzeng, L., Ming Ou, W. & Ti Chang, K. (2007). The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures. *Contemporary Management Research*. 3, (3), 213-232.
- Onyx, J. & Bullen, P. (2000).measuring social capital in fire communities, *Journal of Applied Behavioral science*, 36 (1), 23-42.
- Putnam, R. (1993) .the prosperous community: social capital and public life. *The American prospect*. 4(13), 35-42.
- Putnam, R. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6, 65-78.

21. Putnam , R.(2000) .the prosperous community :social capital and public life. *The American prospect*. 4(13), 35-42.
22. Samad Aghaee, J. (1999). *Entrepreneur organizations*, (1st Ed). Tehran: Governmental Management Training Center. (In Farsi).
23. Samadi, P. & Shirzadi, H. (2007). Investigation the relationship between organizational climates of school with entrepreneurial spirit in students, *Journal of Educational Innovations*. 5, (16), 164-187. (In Farsi).
24. Ulhoi, J.P. (2004). The social dimensions of entrepreneurship. *Technovation*, 25(8), 939-946.
25. Vilanova, J. (2003). *Social capital as a Managerial Phenomenon*. Department of Industrial Engineering & Management; Tampere University of Technology.
26. Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized business. *Strategic Management Journal*, 24, 1307-1314.
27. Gangadharappa, H. V., Pramod, K.T.M., & Shiva, K.H.G. (2007). Gastric floating drug delivery systems: a review. *Indian J. Pharm. Ed. Res.* 41, 295-305.