

نقش سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی کارکنان (مطالعه موردی: شرکت های تولیدی شهر اردبیل)

اسداله مهرآراء^۱، هادی بابائی مهر^۲

۱- عضو هیات علمی تمام وقت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

mehrara_a@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر

F.hbabaeimehr@gmail.com

چکیده:

رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در جامعه با خطرپذیری، اقدام به نوآوری و کارآفرینی نموده و با این اقدام روش ها و راه های جدید را جایگزین راهکارهای، کارآمد و کهن قبلی کنند. کارآفرینی، فرآیندی است که در شبکه هایی از روابط اجتماعی واقع شده و این روابط می تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصتها، محدود یا تسهیل نماید. هدف مقاله حاضر بررسی نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی در کارآفرینی کارکنان هست، که امروزه بسیاری از سازمان ها بر آن تاکید دارند. روش پژوهشی با توجه به ماهیت تحقیق، توصیفی - همبستگی می باشد. حجم نمونه آماری شامل ۲۱۵ نفر مدیران ارشد است، روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار آن پرسشنامه است، از آزمون اسمیرنف کولموگروف، ضریب پیرسون، آزمون های من ویتنی و ویلکاکسون به بررسی رابطه معنی داری پرداختیم. و در نهایت با ارائه نتایج و ذکر پیشنهاداتی جهت تقویت سرمایه اجتماعی در این شرکت ها پرداخته شده است.

کلمات کلیدی: سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، خود کنترلی

مقدمه:

در جهانی که شکل تغییرات آن از مقیاس زمانی قرن به ثانیه تبدیل شده است، مهم ترین اصل برای سازمان ها بقا و توسعه می باشد. تنوع و سرعت تغییرات به حدی است که داشتن نیروهای خلاق و کارآفرین به منظور هماهنگی با این تغییرات و تحولات نو، دارای اهمیت فراوانی می باشد. (محسنی، ۱۳۹۲) امروزه برخلاف گذشته، بازارهای سطح جهان با تغییرات روزانه و حتی لحظه به لحظه نیازهای جوامع بشری روبه رو هستند و سازمان های تولیدی و خدماتی که عامل اصلی مرتفع ساخت این نیازها به کار می روند، برای جا نماندن از تغییرات سریع و بقا و ورود آنی بازارها باید به سرعت و با هدف گذاری های درست حرکت کنند (خاکسار، مصائب، ۱۳۹۲) در کشور ما با داشتن جمعیت مستعد و منابع طبیعی فراوان، تولید ملی در سطحی کمی بوده و جمعیت تحصیل کرده از اشتغال مولد چندانی برخوردار نیست؛ بر همین اساس اولویت ایجاد کار در دستور کار نهادها و سازمان ها قرار گرفته است. از آن جا که بسیاری از شرکت ها به علت نرخ بهره وری اندک، نبود تقاضا و غیره در آستانه ی تعطیلی قرار گرفته اند و موقعیت رقابتی کشور در بازارهای جهانی نیز بسیار ضعیف است، رویکرد توسعه ی کارآفرینی امری ضروری به نظر می رسد. ضعف دستگاه های سیاست گذاری در شناخت امر کارآفرینی، نبود تجارب قبلی در کشور برای توسعه ی کارآفرینی و حمایت و پشتیبانی از کارآفرینان، یک مانع اصلی و اولیه محسوب می شود. وضعیت موجود آموزش کارآفرینی، به ویژه در سطح آموزش عالی کشور، از یک الگوی منسجم برخوردار نبوده و دچار پراکندگی و سردرگمی است. با توجه به اهمیت و نقش کارآفرینی و با توجه به مشکلات جامعه، ترویج و اشاعه ی کارآفرینی، بسترسازی برای فرهنگ حامی کارآفرینی و تربیت کارآفرینان برای تمامی جوامع به ویژه جوامع در حال توسعه مثل کشورمان ضرورت دارد (شریف و همکاران، ۱۳۹۰) بنابراین سازمان ها در تلاش برای کسب مزیت رقابتی و همگام شدن با تغییرات، همواره به دنبال افزایش سرمایه های خویش می باشند و سرمایه اجتماعی نسبت به سرمایه انسانی و فیزیکی نقش بسیار مهمتری در سازمان ها ایفا می نماید و در واقع مهم ترین دارایی یک سازمان است. در غیاب سرمایه های اجتماعی، سایر سرمایه ها اثربخشی خود را از دست می دهند در (پیمودن راه های توسعه سازمانی ناهموار و دشوار می گردد) (عنابستانی و همکاران، ۱۳۹۱) اگر بخواهیم سرمایه ی اجتماعی را در ارتباط با سازمان تعریف کنیم، می توان آن را به منزله ی ساختار شبکه ای بر مبنای رابطه ی غیررسمی میان اعضای سازمان با توجه به این که میان آن ها اعتماد وجود دارد، تعریف کرد. اعتماد، انتظارات و تعهدهای دو جانبه ی مکانیزم های غیررسمی ای را ایجاد می کند که به اعضای سازمان اجازه می دهد تا از آن به منزله ی ابزاری در راستای درک بهتر و آسان تر اهدافشان استفاده کنند (Danchev, ۲۰۰۶) فعالیت های کارآفرینانه درون سازمانها توسط افراد آغاز می شود و تداوم می یابد. در نتیجه سازمان می تواند از طریق فعالیت اعضایش، نوآور، فعال و ریسک پذیر باشد. کارکنان مستعد نوآوری، ریسک پذیری و تبادل دانش در سازمان

به عنوان یک ضرورت مطرح هستند (Montoro, Soriano, ۲۰۱۱) از سوی دیگر اهمیت سرمایه اجتماعی در موضوع کارآفرینی در این است که منابع یا دسترسی به منابع را برای کارآفرین فراهم می کند یک سطح بالا از سرمایه اجتماعی اغلب به کارآفرینان کمک می کند تا به سرمایه گذاری های مخاطره پذیر، اطلاعات کلیدی و مشتریان بالقوه دست یابند (Liao, ۲۰۰۵). Welsch در سطح گروهی سرمایه اجتماعی و به تبع آن روابط مثبت، از طریق تسهیل کنش جمعی و تبادل اطلاعات؛ طوفان مغزی و هم افزایی گروهی را به دنبال دارد که این به نوبه خود ارائه راه حل های جدید و مبتکرانه و همچنین ارتقای سطح عملکرد سازمان را منجر می شود. در واقع سرمایه اجتماعی از طریق متعهد نمودن افراد و گروه ها به یادگیری، نوآوری را در سازمان تسهیل می نماید (Zheng, ۲۰۰۸) سرمایه اجتماعی باعث بهبود بهره وری کارمندان می شود و در نتیجه انتظار می رود که هنجارهای رفتاری که سرمایه اجتماعی را در محل کار ترویج می دهند (افزایش خلاقیت، رشد اقتصادی و اجتماعی سازمان)، باعث بالا رفتن سطح رقابت در سازمان شوند (Ellinger, Elmandag, ۲۰۱۱) مسئله اصلی در این تحقیق این است که رابطه بین نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی کارکنان را مورد مطالعه قرار دهد؟

مبانی نظری و پیشینه نظری

کارآفرینی فرایندی است دینامیک خلق افزایش ثروت است، ثروت توسط فردی ایجاد شده است که خطرات اصلی را در شرایط برابری، زمان، تعهدات کاری برای تولید محصول یا خدمت پذیرفته است. محصول یا خدمت ممکن است جدید و منحصر به فرد باشد یا نباید اما اعتبار آن باید به طریق توسط کارآفرین و مشخص کردن مهارت های و منابع لازم به وجود بیاید. (۲۰۰۵، Hisrich & Peters) شکی نیست که تغییر و تحول مداوم، ضرورتی انکارناپذیر برای موفقیت و حیات سازمانهای امروزی است مهمترین و کارسازترین راه رسیدن به این مطلوب، همانا خلاقیت و نوآوری است. برای آنکه بتوان بروز خلاقیت و نوآوری را در سازمان بصورت ارزش فرآیندی و مستمر و دائمی درآورد باید که، آن بصورت امری نهادینه در سازمان درآید. (فاتحیان، ۱۳۹۱) اهمیت نقش کارآفرینان در جوامع به حدی است که اقتصاددانان آنان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه، جامعه شناسان آنان را مروج فرهنگ رقابت، نواندیشی و پویایی اجتماعی و اندیشمندان مدیریت آنان را از مهمترین عوامل تحول و نوآوری سازمانی به شمار آورده اند (بهبهانی، ۱۳۹۱) ما در جهانی در حال تغییر زندگی می کنیم. تغییرات و تحولات سریع در عوامل زیست محیطی و همچنین رشد برق آسای فن آوریهای نوین، در کلیه شئون زندگی آحاد بشر اثر گذار بوده است این تحولات باعث گردیده که سازمانهایی که به واسطه قابلیت ها و شرایط محیطی در سالهای قبل موفق بوده اند، با همان قابلیت ها لزوماً در جهان پیشرو سازمان موفق نباشند. (بداللهی فارسی، ۳: ۱۳۹۱) کارآفرینی شامل یک فرایند یادگیری است و عبارتست از توانایی برآمدن از عهده مسائل و مشکلات و نیز یاد گرفتن از آنها می باشد. (Deakins, & Freel, 2003) شومپتیر بر این باور است که کارآفرینی سازمانی واژه هایی است که از درون دنیای کسب و کار برخاسته و توانایی استفاده از منابع با روشهای جدید است که

منجر به خلق محصولات و خدمات جدید در محیط سازمانی می شود. (Eyal, & Inbar, 2003) کنتز و دی یس (۱۹۹۷) مشخص کرده است که ریسک پذیری با اعتماد به نفس و مرکز کنترل افراد در ارتباط است یعنی افرادی که دارای اعتماد به نفس بالایی هستند مرکز کنترل درونی دارند و ریسک پذیرشان بالاتر است (Sirec & Mocnic, 2010). توفیق طلبی عبارت است از تمایل به انجام کار در استاندارد عالی به قصد موفقیت در موقعیت های رقابتی، در واقع این نیاز، افراد را، تحریک می کند تا کارآفرین شوند (Ma hews, 2010) مرکز کنترل درونی عبارت از عقیده فرد نسبت به اینکه رویدادهای و وقایع زندگی ایش، نتیجه مهارت های و ویژگی های و رفتارهای خودش و نه عوامل محیطی همچون شانس، و تقدیر می باشد. (Dilmac et al, 2009) سرمایه اجتماعی مفهومی زیربنایی در درک نوآوری، خلاقیت و پویایی های سازمانی به شمار می آید؛ چرا که از یک سو فرآیند نوآوری، خلاقیت، یادگیری گروهی و مانند اینها را تحت تاثیر قرار داده و از سوی دیگر تحقق آنها را تسهیل می کند (Goyal and Ahkilesh, 2007) هر چه، شبکه های اجتماعی کارآفرین گسترده تر باشد، فرصت های بیشتری شناسایی می شوند. یکی عوامل موثر در تشخیص فرصت، شبکه های اجتماعی است. این شبکه ها، کارآفرین را با منابع و فرصت های بیشتری روبرو می کند و دایره انتخاب او را گسترده تر می کند (باگواتلا، ۲۰۱۰)

سرمایه اجتماعی:

پونتام سرمایه اجتماعی را اعتماد، هنجارها و شبکه هایی که همکاری و تعاون را برای نیل به منافع متقابل آسان می سازد تعریف می کند (Fussell, 2006) برت، سرمایه اجتماعی را دوستان همکاران و تماس های کلی تر که از طریق آنها فرصت های استفاده از سرمایه مالی و انسانی بدست می آید می داند (Bakker, 2006) سرمایه اجتماعی شامل دانش و منابع انسانی است که توان اقدام جمعی و انفرادی در سیستم های اجتماعی انسان را افزایش می دهد (Mceiroy, 2006) از دیدگاه صاحب نظران مختلف، ابعاد گوناگونی برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شده است. در این پژوهش ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه ناهاپیت و گوشال مورد بررسی قرار گرفته است. ناهاپیت و گوشال با رویکرد سازمانی، جنبه های مختلف سرمایه اجتماعی را سه طبقه ساختاری و شناختی و ارتباطی جای می دهد.

بعد شناختی: سرمایه اجتماعی اشاره به منابعی دارد که فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم های معانی مشترک در میان گروه ها است مهمترین جنبه های این بعد عبارتند از: زبان، کدهای، حکایت های مشترک.

بعد ساختاری: سرمایه اجتماعی اشاره به الگوی کلی تماس های بین افراد دارد، یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهمترین جنبه های این عناصر عبارتند از: روابط شبکه ای بین افراد، پیکربندی شبکه های، سازمان مناسب.

بعد رابطه ای: سرمایه اجتماعی توصیف کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به دلیل سابقه تعاملاتشان برقرار می کنند. مهم ترین جنبه های این بعد عبارتند از: اعتماد، هنجارهای، الزامات، انتظارات، هويت. (Rhodes, 2008:2)

رودا و همکاران در سال ۲۰۰۹، در ضمن تحقیقی با بکارگیری تحلیلی عاملی اکتشافی در جهت کشف عوامل موثر بر کارآفرینی چارچوبی مفهومی را برای تفسیر ویژگیهای خود اشتغالی دانشجویان ارائه می دهد. وی خود اشتغالی را گامی فراتر از کارآفرینی می داند. کارآفرینی از جنبه های ذهنی برخوردار است و به فرایند تشخیص، تصویر سازی و رشد اهداف و بینش فردی در یک محیط رقابتی گفته می شود. (سوگودان و همکارانش در سال ۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دریافتند رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی وجود دارد.

فرضیات تحقیق:

فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی کارکنان شرکت های کوچک و متوسط شهر اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی:

۱- بین بعد شناختی و کارآفرینی کارکنان شرکت های کوچک شهر اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.

۲- بین ساختاری و کارآفرینی کارکنان شرکت های کوچک شهر اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.

۳- بین بعد رابطه ای و کارآفرینی کارکنان شرکت های کوچک شهر اردبیل رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی

پژوهش حاضر، پژوهشی است با جهت گیری کاربردی از نوع پیمایشی و از لحاظ هدف، توصیفی محسوب می گردد. در تحقیق حاضر به منظور جمع آوری ادبیات تحقیق از روش بررسی اسناد و مدارک استفاده شده و به دنبال آن از روش پرسش نامه به منظور جمع آوری ادبیات تحقیق از روش بررسی اسناد و مدارک استفاده شده و به دنبال آن از روش پرسش نامه و به منظور جمع آوری نظرات کارشناسان استفاده شده است. و برای تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه سرمایه اجتماعی ۰/۹۳ و کارآفرینی ۰/۸۵ به دست آمد. جامعه آماری پژوهش شرکت های کوچک و متوسط در شهرستان اردبیل می باشد، که از جامعه آماری ۵۳۱ عددی صنایع کوچک و متوسط واقع در شهر اردبیل در سال ۱۳۹۱ براساس آخرین اطلاعات منتشر شده مرکز آمار ایران که نام و مشخصات آنها از سایت اینترنتی سازمان صنایع کوچک استخراج شد، نمونه ای مطابق با جدول مورگان، به اندازه ۲۱۵ شرکت بدست آمد و همین تعداد پرسشنامه در میان مدیران ارشد این صنایع، توزیع گردید. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از نمونه ها، هم از آمار توصیفی و هم از آمار استنباطی استفاده شده است. در واقع ابتدا سیمای آزمودنی ها را به کمک آمار توصیفی مورد بررسی قرار داده ایم سپس با استفاده از آزمون اسمیرنوف و کلموگراف برای نرمال بودن جامعه و برای آزمون فرضیات تحقیق و تحلیل نتایج از طریق آزمون های همبستگی پیرسون، آزمون من ویتنی و ویلکاکسون پرداخته ایم.

تجزیه و تحلیل داده ها

آزمون کولموگروف - اسمیرنف: جهت استفاده از تکنیک های آمار پارامتریک بایستی توزیع مقادیر متغیر وابسته نرمال باشند که این کار نیز با آزمون کولموگروف - اسمیرنف آزمون می شود.

جدول ۱- نتیجه آزمون نرمال بودن متغیرهای مستقل

عامل	سطح معنی داری	مقدار خطا	تایید فرضیه	نتیجه گیری
سرمایه اجتماعی	۰,۰۸۴	۰/۰۵	H.	نرمال است
بعد شناختی	۰,۲۸۷	۰/۰۵	H.	نرمال است
بعد رابطه ای	۰,۲۹۲	۰/۰۵	H.	نرمال است
کارآفرینی	۰,۱۸۷	۰/۰۵	H.	نرمال است

با توجه به نتایج جدول فوق چون مقدار سطح معنی داری برای تمام مولفه های بزرگتر از مقدار خطا ۰/۰۵ است در نتیجه این متغیرها دارای توزیع نرمال است.

آزمون فرضیه های تحقیق

جدول شماره ۲- نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون

نتایج	SIG	ضریب همبستگی	فرضیه های تحقیق
تایید شده	۰,۰۱	۰,۵۲۷	فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی کارآفرینی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
تایید شده	۰,۰۱	۰,۴۲۷	فرضیه فرعی یک: بین بعد شناختی و کارآفرینی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
تایید شده	۰,۰۱	۰,۴۰۴	فرضیه فرعی دو: بین بعد ساختاری و کارآفرینی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
تایید شده	۰,۰۱	۰,۴۰۳	فرضیه فرعی سه: بین بعد رابطه ای و کارآفرینی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه یک: با توجه به جدول (۲) مشاهده می شود که در سطح معنی دار ۰,۰۱ درصد مقدار سطح معنادار محاسبه شده کمتر از مقدار ۰,۰۵ درصد می باشد. به همین دلیل با اطمینان ۹۹ درصد فرض **H0** رد و فرض **H1** تایید شده و این رابطه معنادار می باشد شدت همبستگی بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی کارکنان ۰,۵۲۷ درصد رابطه معناداری وجود دارد، یعنی این رابطه حاکی از رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی کارکنان در جهت مثبت می باشد، همان گونه که از نتایج پژوهش مستفاد می شود سرمایه اجتماعی می تواند به عنوان یکی از قابلیت های و دارایی های سازمان به شمار آید و در کارآفرینی سازمان نقش بسزایی داشته باشد.

فرضیه فرعی یک: با توجه به جدول (۲) مشاهده می شود که در سطح معنی دار ۰،۰۱ درصد مقدار سطح معنادار محاسبه شده کمتر از مقدار ۰،۰۵ درصد می باشد. به همین دلیل با اطمینان ۹۹ درصد فرض H_0 رد و فرض H_1 تایید شده و این رابطه معنادار می باشد شدت همبستگی بین سرمایه اجتماعی و بعد شناختی ۰،۴۲۷ درصد رابطه معناداری وجود دارد. این بعد در رابطه با پدیده های نظیر ارزش ها، نگرش ها، اهداف، موجود در سیستم می باشد افرادی که در روابط خود از مواردی که گفته شد استفاده بیشتری داشته باشند، افراد زمان کمی را صرف حراست و حکایت از خود در جهت استثمار نشدن در تعاملات اقتصادی و نظارت بر اعمال خلاف شرکا و همکاران می نمایند و تبادل اطلاعات در سطح اعتماد بالا بیش تر صورت می گیرد و این ها باعث می شود تا فرد زمان زیادی را جهت فکر کردن، خلاقیت و نوآوری و در نهایت کارآفرینی داشته باشد.

فرضیه فرعی دوم با توجه به جدول (۲) مشاهده می شود که در سطح معنی دار ۰،۰۱ درصد مقدار سطح معنادار محاسبه شده کمتر از مقدار ۰،۰۵ درصد می باشد. به همین دلیل با اطمینان ۹۹ درصد فرض H_0 رد و فرض H_1 تایید شده و این رابطه معنادار می باشد شدت همبستگی بین سرمایه اجتماعی با بعد ساختاری ۰،۴۰۴ درصد رابطه معناداری وجود دارد یعنی بعد ساختاری در رابطه با روابط شخصی گرم و میزان ارتباطات کاری خوب و زیاد ساختار ارتباطی تسهیل کننده از جمله تیم های می باشد. و فرض بر این است که در سازمان اگر ساختارها و روابط افقی و عمودی بر تصمیم گیری و کار گروهی وجود داشته باشد بر کارآفرینی کارکنان اثرگذار می باشد.

فرضیه فرعی سوم با توجه به جدول (۲) مشاهده می شود که در سطح معنی دار ۰،۰۱ درصد مقدار سطح معنادار محاسبه شده کمتر از مقدار ۰،۰۵ درصد می باشد. به همین دلیل با اطمینان ۹۹ درصد فرض H_0 رد و فرض H_1 تایید شده و این رابطه معنادار می باشد شدت همبستگی بین سرمایه اجتماعی با بعد رابطه ای ۰،۴۰۳ درصد رابطه معناداری وجود دارد و می توان نتیجه گرفت که بین رابطه ای و کارآفرینی صنایع کوچک و متوسط شهر اردبیل رابطه معنی دار وجود دارد. این بعد در رابطه با پدیده هایی نظیر هدفهای نظیر هدف های مشترک، صداقت، همکاری، هنجارهای اجتماعی و تعهد به اهداف می باشد. و افرادی که در روابط کاری خود از عواملی که ذکر شد استفاده می نمایند، به صورت بهتر و موثرتری بعد رابطه با کارآفرین شدن خود بکار برده اند.

بین جنسیت و کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد؟

H_0 : بین جنسیت و کارآفرینی را تفاوت معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین جنسیت و کارآفرینی را تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول (۳): توصیف داده ها برای بررسی وجود تفاوت معنی دار بین زن و مرد از لحاظ شاخص متغیر مستقل و وابسته

آزمون تفاوت معنی دار پاسخ ها براساس جنسیت

	کارآفرینی
Mann-Whitney U	۲۵۹
Wilcoxon W	۸۵۴
Z	-۰,۹۰۶
Asymp, Sig, (2-tailed)	۰,۳۶۵
a. Grouping Variable:	
	جنسیت:

برای بررسی وجود اختلاف معنی دار میانگین پاسخها، آزمون های من ویتنی و ویلکاکسون به کار می رود همانطور که جدول مشاهده می کنید چون $P\text{-Value}=0,365 > 0,05$ پس نمی توان نتیجه گرفت که نقش مردان از زنان در کارآفرینی بیشتر تاثیر دارد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

در دنیای امروز، افراد، سازمان ها و کشورهای موفق ترند که توانسته باشند کارآفرینی کنند و از دانش فنی تکنولوژی برای دستیابی به رفاه و ثروت بهره برند. کارآفرینی عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق دادن به سوی خودشکوفایی و عامل اساسی در ارتقاء بهره وری می باشد. کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد تلاش بر موفقیت در کسب و کار بوده و کارآفرینان پیشگامان موفق در جامعه هستند، سرمایه اجتماعی نقش مهمی در فعالیت های کارآفرینانه دارد چرا که کارآفرینی یا فرایند اجتماعی اقتصادی متکی به شرایط و بافت اجتماعی است و کارآفرینان افرادی هستند که محصول محیط اجتماعی خود می باشند در جامعه امروز، موانع کارآفرینان صرف نظر از عوامل سیاسی، اقتصادی، حقوقی و مدیریتی به دلایل اجتماعی فرهنگی از جمله نادیده گرفتن روابط و پیوندهای اجتماعی نیز می باشد. سرمایه اجتماعی یکی از سرمایه های مهم هر جامعه ای که مولفه های اساسی و موثر بر توسعه و ثبات آن کشور محسوب می شود، می باشد. سرمایه ای که زیربنایی توسعه فرهنگی، اقتصادی، سیاسی یک کشور است. برای انگیزش افراد به کارآفرین شدن، آنها باید با مفهوم کارآفرینی آگاهی داشته باشند. پیشنهاداتی که در این زمینه می شود ارائه داد، یکی از مهم ترین فراگردهای موجود در افراد، گروه های و موسسات و سازمان ها برای ایجاد سرمایه اجتماعی، فرایندهای آموزشی است. بنابراین آموزش و آگاهی لازم در بین کارکنان صورت گیرد تا برای افراد کارآفرینی به اندازه ی کافی جذاب باشد. تشویق و تشکیل گروه های متخصص در سازمان ها جهت افزایش سرمایه ی اجتماعی در سازمان ها، فضای محیط کار، فضای نشاط آور و دل گرم کننده باشد تا کارشناسان و مدیران سازمان میزان سرمایه ی اجتماعی را در سازمان افزایش دهند برقراری اعتماد در بین کارشناسان و مدیران سازمان، زیرا این اعتماد باعث پیوندهای قوی می شود و این پیوندها به

نوبه ی خود تبادل اطلاعات را تسهیل می کند احساس مسئولیت مدیر نسبت به کارکنان، هر گاه افراد اطمینان حاصل کنند که مدیران ارشد در محیط کاری نسبت به کارکنان احساس مسئولیت می کند، این نکته مثبتی برای کارمند نسبت به محیط کاری خود بوده و باعث می شود که اطمینان و اعتماد بیشتری نسبت به سازمان خود داشته و بی اعتمادی تعدیل شود.

منابع:

۱. آقایی فیشانی، تیمور و محمود زارع نیا (۱۳۹۰)، "کتاب جامع کارآفرینی و کسب و کار"، تهران، کتاب طلایی جامع.
۲. بدری، ا؛ لیاقت دار، م. ج؛ عابدی، م. ر و جعفری، ا. (۱۳۸۵)، "بررسی قابلیت کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان"، فصلنامه پژوهش و برنامه ۹۰-۷۳، ریزی در آموزش عالی، شماره ۴.
۳. بهبهانی، پگاه، (۱۳۹۱)، "بررسی وضع موجود و شناسایی محدودیت ها"، فصلنامه مدیرساز.
۴. پورکیانی، مسعود؛ جمشیدی گوهرریزی، وحیده. (۱۳۹۱)، "شناسایی موانع کارآفرینی و ارائه راه کارهای اثربخش"، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
۵. خاکسار، داریوش، مصائب، شیوا. (۱۳۹۲)، "رابطه کارآفرینی سازمانی و خلاقیت در سازمان فنی و حرفه ای شهرستان آباد"، اولین همایش ملی کسب و کار، همدان، بهمن ماه.
۶. شریف، سید مصطفی، جمشیدیان، عبدالرسول، رحیمی، حمید، نادری، ناهید، (۱۳۹۰)، تحلیل وضعیت آموزش کارآفرینی در آموزش عالی ایران، توسعه کارآفرینی، سال سوم، شماره یازدهم، صص ۸۷-۱۰۶.
۷. شهرکی پور، ح؛ نداری، خ و شیر محمدی، ر. (۱۳۸۹)، "بررسی رابطه بین فرهنگی سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان"، فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، شماره چهارم.
۸. عنابستانی، مینا، ابوالحسنی رنجبر، احمد و احمدیان، الهه. (۱۳۹۱)، سرمایه ی اجتماعی عاملی مهم در جهت توسعه ی کارآفرینی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
۹. عربیون، ابوالقاسم؛ جوادی، محمدمرتضی. (۱۳۹۰)، "کارآفرینی سازمانی، موانع و مشکلات در مسر رسیدن به آن"، فنون مدیریت.
۱۰. فاتحیان، سمیه، (۱۳۹۱)، "عوامل موثر بر نهادینه کردن نوآوری." کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کار های دانش بنیان.
۱۱. محسنی، سحر، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و کارآفرینی مدیران مدارس، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارهای، شیراز، دی ماه ۹۲.
۱۲. نظری، محمدرضا. (۱۳۸۷)، "اصول و مبانی کارآفرینی"، تهران، برآیند پویش.

۱۳. هادی‌زاده، جمیله. (۱۳۹۱)، آموزش عالی و کارآفرینی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان مازندران.

۱۴. یداللهی فارسی، جهانگیر. (۱۳۹۱)، "رهبری کارآفرینانه برای ایجاد مزیت رقابتی در سازمانهای آینده". کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.

15. Bakker, M. (2006). "Is trust really social capital?", *The learning organization*, 13(6), pp594-605.
16. Bhagavatula S, Elfring T, Tilburg AV, Gerhard G V B. (2010). How social and Human Capital influence opportunity recognition and resource mobilization in india's Handloom industry, *Journal of Business Venturing*, 25(3): 245-260.
17. Danchev, Alexi. (2006). "Social capital and sustainable behavior of the firm". *Industrial Management & Data systems*, Vol. 106, No. 7, pp. 953-965.
18. Deakins, D & Freel, M. (2003), "Entrepreneurial learning and the Growth process in SMEs, the learning organizational". 5(3), pp. 144-155, White rose centre for Excellence in teaching and learning of Enterprise.
19. Dilmac, B. and Hamarta, E. and Arslan, C. (2009), "Analysing the trait anxiety and locus of control of undergraduates in terms of attachment styles", *educational sciences theory & practice*, No. 9, 143-159.
20. Ellinger A, Elmadag Bas A, Ellinger A, Wang yu L, Bachr D. (2011). Measurement of organizational investments in social capital: The service employee perspective. *Journal of Business Research*. 64: 572-578.
21. Eyal ori, & Inbar Dan. (2003), "Developing a public school entrepreneurship inventory", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol, 9, N. 6.

The role of social capital in entrepreneurship employees (case study: Ardabil manufacturing companies)

Asadollah Mehr Ara¹, Hadi Babaei Mehr²

Abstract:

Economic growth and development of a system that would allow the people in the community risk, innovation and entrepreneurship action and action alternative methods commissioning of new solutions for efficient and Old Previous to. Entrepreneurship is a process that networks of social relationship, and these relationships can be located with respect to entrepreneur resources and opportunities, restrict or facilitate. The purpose of this paper is to investigate the importance of social capital in entrepreneurial employees, many organizations today are emphasized. Due to the nature of research, research methods, descriptive- correlation is. The statistical sample consisted of 215 top managers, field data compiled methodology and tools, it is a question of where Lmvgrvf Smirnov test, Pearson correlation coefficient, Mann-Whitney and Wilcoxon tests to examine the significant relationship we have. And finally presenting results and recommendations to strengthen social capital in listed companies is discussed.

Keywords: social capital, entrepreneurship, self-control.