

## تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی (NGOs) استان چهارمحال و بختیاری

افسانه مرادی<sup>۱</sup> یاسر مقصودی گنجه<sup>۲</sup>، یاسر بیاتی اشکفتکی<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش کارآفرینی

۲- دکتری مدیریت صنعتی - دانشگاه پیام نور خوانسار

۳- کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد

### چکیده

مقاله حاضر با هدف تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری انجام شد. طرح آن از نوع توصیفی بوده که به روش همبستگی انجام گرفته است. جامعه آماری آن را مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری که تعداد آنها ۸۰ نفر بوده تشکیل می‌دهد که از بین آن تعداد ۶۴ نفر به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب شد. ابزار اندازه‌گیری بکار رفته در این پژوهش پرسشنامه سرمایه اجتماعی ناهپیت و گوشال (۱۹۹۸) و کارآفرینی اجتماعی دس (۱۹۹۸) هست؛ که روایی محتوایی آن مورد تأیید متخصصان قرار گرفته و پایایی آن به روش آلفای کرنباخ محاسبه و برای تمام مؤلفه‌های متغیرها بالاتر از ۷۰٪ به دست آمد. برای تحلیل اطلاعات نیز از آزمون t، آزمون همبستگی، رگرسیون چندگانه و تحلیل واریانس استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داده است که بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری رابطه معنی‌داری وجود دارد. میزان برخورداری مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی اجتماعی بالاتر از میانگین متوسط است. بین تمامی مؤلفه تمام مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (رفتاری، ساختاری، شناختی) با کارآفرینی اجتماعی (عامل تغییر، ایجاد حس مسئولیت‌پذیری، فعالیت بدون محدودیت، حضور در فرایند، شناخت فرصت، ترسیم اهداف، خلق مکانیزم) رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بر اساس سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی به لحاظ جنسیت، گروه سنی و تحصیلات تفاوت معناداری وجود ندارد.

**کلیدواژه‌ها:** سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، سازمان‌های مردم‌نهاد، چهارمحال و بختیاری

### مقدمه

نگریستن به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای احاطه‌شده اجتماعی راه را برای یک چشم‌انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار می‌سازد، به طوری که توجه را به سمت نکات مبهم و کمتر پرداخته‌شده، یعنی جنبه اجتماعی پدیده اقتصادی-اجتماعی، کارآفرینی جلب می‌کند. اخیراً سرمایه اجتماعی باعث ایجاد تئوری‌هایی شده است که پایه‌ای برای سایر مطالعات مدیریت هست. سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و امروزه در جامعه‌شناسی و اقتصاد و به‌تازگی در مدیریت و سازمان به‌صورت گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته است. طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث توسعه اقتصادی، نشان‌دهنده اهمیت نقش ساختارها و روابط اجتماعی میان افراد (سرمایه اجتماعی) بر متغیرهای توسعه از همه ابعاد است (حق‌شناس و دلوی، ۱۳۸۶). کارآفرینی که مبنای تمامی پیشرفت‌های انسانی بوده و ریشه در تفکر و دیدگاه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی دارد، فرایندی است که نهایتاً به ایجاد چیزی ارزشمند در منجر خواهد شد (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۳) و چند سالی است که به‌عنوان موضوعی محوری برای آموزش در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی

1- Hisrich & Pitters

تبدیل شده است، اما چون آموزش و پرورش مقدمه‌ای برای ورود فرد به آموزش عالی هست، لذا صاحب‌نظران آموزشی معتقدند که آموزش‌های کارآفرینی را می‌توان نه از دانشگاه‌ها بلکه از دوران مدرسه به فرد آموخت (پوستیگو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵) چرا که شواهد بسیاری وجود دارد که اثبات می‌کند آموزش کارآفرینی در افزایش نگرش کارآفرینانه افراد و در نتیجه افزایش احتمال وقوع کارآفرینی افراد مؤثر است (رابینسون<sup>۲</sup>، ۱۹۹۱؛ میترا و ماتالی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۴).

سازمان‌های غیرانتفاعی به‌عنوان عاملان اصلی توسعه شناخته شده‌اند و روزبه‌روز بر تعداد و حجم عملیات آن‌ها افزوده می‌شود. این سازمان‌ها نهادهای قدیمی با مفهومی جدید هستند که ریشه در تاریخ گذشته بشر دارند و از زمان‌های گذشته با مطرح شدن مدیریت اجتماعات بشری پا به عرصه وجود نهاده‌اند (مقیمی<sup>۴</sup>، ۱۳۸۳: ۳). در کشور ما نیز چند صباحی است که مورد توجه جدی قرار گرفته و دولت تلاش می‌کند تا ضمن کمک به شکل‌گیری و ایجاد این نهادهای جامعه مدنی در فعالیت‌های توسعه برای آن‌ها نقشی محوری قایل شود (همان منبع: ۱۵۲). دیدگاه غالب در توانمندسازی سازمان‌های غیردولتی، توسعه کارآفرینی در آن‌هاست و دو استدلال اساسی از نیاز به کارآفرین شدن این سازمان‌ها حمایت می‌کند: رهبری اجتماعی و مسئولیت‌های اخلاقی در قبال جامعه. بر این اساس این سازمان‌ها باید توانایی حل و فصل مشکلات مهم را داشته و روش‌های جدیدی را بیابند (کرونوال و پرلمان<sup>۵</sup>، ۱۹۹۰: ۲۲۰).

سازمان‌های غیردولتی با استفاده از فرایند کارآفرینی اجتماعی به دنبال کشف فرصت‌های جدیدی هستند (لوئیس<sup>۶</sup>، ۲۰۰۱: ۳). کارآفرینی اجتماعی پدیداری رفتاری در سازمان‌های غیردولتی بوده که هدف آن ایجاد ارزش اجتماعی با بهره‌برداری از فرصت‌های جدید است. واژه کارآفرینی اجتماعی اولین بار در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ در ادبیات مربوط به تغییرات اجتماعی پایدار و در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ توسط بیل درایتون<sup>۷</sup> و چارلز لید بیتر<sup>۸</sup> به‌صورت گسترده تری مطرح شد تا آن‌جا که در قالب رشته‌ای به نام کارآفرینی اجتماعی مطرح گردید (مارتین و اوزنبرگ<sup>۹</sup>، ۲۰۰۷: ۳۴). این فرایند به‌عنوان رویکردی نوآورانه برای برخورد با نیازهای اجتماعی و با تاکید بر حل مساله و نوآوری‌های اجتماعی، از بین بردن مرزهای سنتی میان بخش‌های خصوصی، عمومی و غیردولتی مطرح شده است (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۷). کارآفرینان اجتماعی ویژگی‌های خود را از بخش‌های متعددی مانند تجارت، خیریه و جنبش‌های اجتماعی گلچین کرده تا راه حل‌های بدیعی برای مسائل و مشکلات اجتماعی یافته و ارزش اجتماعی پایدار و جدیدی ارائه دهند (برن اشتاین<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۴: ۴). آنان در حل مشکلات اجتماعی موجود در چارچوب نهادی و بسیاری از مشکلات مردم که با وجود تلاش‌های سنتی و ساز و کارهای اجتماعی هنوز رفع نشده‌اند، یاری‌دهنده هستند و تمرکز اصلی آن‌ها بر ظهور ارزش‌های اجتماعی است (میر و مارتین<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۶: ۳۹).

کارآفرینان اجتماعی ویژگی‌های متعددی دارند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

عاملان تغییر در بخش‌های اجتماعی؛

داشتن اهدافی مشخص برای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی؛

شناخت و پیگیری فرصت‌های جدید؛

حضور در فرایند مستمر نوآوری، تطابق و یادگیری؛

فعالیت بدون محدودیت‌های وضع شده از طرف عواملی که فعلاً در اختیار نیستند؛

حس مسئولیت‌پذیری در قبال نهادهایی که در راستای ایجاد نتایج مناسب هستند؛

خلق مکانیزم‌های مشابه بازار برای افزایش مسئولیت‌پذیری (دس<sup>۱۱</sup>، ۱۹۹۸: ۴).

1- Postigu

2- Robinson

3- Mitra and Matlay

4- Cornwall & Perlman

5- Lewis

6- Bill Drayton

7- Lead beater

8- Martin & Osberg

9- Bornstein

10- Maier & Martin

11- Dees

کارآفرینی از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود و یا تسهیل نمایند (احمدپورداریانی، ۱۳۷۸: ۵۷). بیشتر تحقیقات صورت گرفته روی کارآفرینی از نوع تعیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی و از نوع ساختاری و موقعیت محیطی بوده است که به دلیل عدم توجه به سرمایه اجتماعی (شبکه روابط اجتماعی) مورد انتقاد قرار گرفته‌اند (بو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). سرمایه اجتماعی حوزه عمل گسترده‌ای داشته و کمک زیادی به شکوفایی مهارت‌های کارآفرینی می‌کند (صالحی امیری، ۱۳۸۹: ۵). فعالیت‌های کارآفرینی تا اندازه زیادی تحت تاثیر روابط اجتماعی و سرمایه اجتماعی قرار می‌گیرد و منبعی برای کارآفرینان نه فقط در مراحل اولیه راه‌اندازی کسب و کار بلکه در کل فرایند کارآفرینانه به شمار می‌آید (سینگ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷). همزمان با گسترش مفهوم سرمایه اجتماعی نظریه پردازان کارآفرینی نسبت به اهمیت بازده اجتماعی کسب و کار در کنار بازده اقتصادی آن حساس شده و به مفهوم کارآفرینی اجتماعی توجه نمودند (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲) به گونه‌ای که کارآفرینی اجتماعی را فرایند افزودن ایده‌های جدید و متفاوت با هدف ایجاد سرمایه اجتماعی و با تمرکز بر اقداماتی که توسط شاغلان بخش خصوصی به عهده گرفته شده است، تعریف کرده‌اند (تامپسون و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰). میر و همکاران (۲۰۰۶) نشان دادند که سرمایه اجتماعی رابطه زیادی با راه‌اندازی کسب و کارهای مخاطره‌آمیز اجتماعی داشته و در آن نقش کلیدی ایفا می‌کند (میر و مارتین، ۲۰۰۶: ۱۲۶). لارسون و استار<sup>۴</sup> (۱۹۹۳) و آلدریچ و زیمر<sup>۵</sup> (۱۹۹۴)، سرمایه اجتماعی را به‌عنوان راهی برای کارآفرین شدن تلقی کرده‌اند (لارسون و استار، ۱۹۹۳) و (آلدریچ و زیمر، ۱۹۹۴).

با توجه به اهمیت گسترده کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی، شناسایی عوامل موثر در آن‌ها ضرورت دارد، به همین دلیل مقاله حاضر با تشریح مفهوم کارآفرینی اجتماعی به بررسی تاثیر عامل سرمایه اجتماعی بر آن پرداخته است.

## مروری بر پیشینه موضوع

پیرامون موضوع حاضر پژوهش‌هایی انجام شده است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. در خارج از ایران لارسون و استار (۱۹۹۳)؛ ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) دریافته‌اند که سرمایه اجتماعی توانایی بازشناسی فرصت‌ها و دست‌یابی به اطلاعات و منابع را افزایش داده و به تسهیم و جاری کردن دانش و نوآوری کمک می‌نماید عاملی کلیدی برای موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه به شمار می‌آمده و تاثیر بسزایی در عملکرد کسب و کارها دارد. همچنین نشان دادند که سرمایه اجتماعی تجربه ریسک‌پذیری و رفتار کارآفرینانه را به وسیله روابط مستحکم در سازمان، تشویق می‌کند (لارسون و استار، ۱۹۹۳)؛ ناهاپیت و گوشال<sup>۶</sup> (۱۹۹۸).

کوک و ویلز<sup>۷</sup> (۱۹۹۹) نقش سیاست و خط‌مشی اجتماعی را در ایجاد سرمایه اجتماعی و همچنین رابطه سرمایه اجتماعی را با میزان راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط نشان دادند (کوک و ویلز، ۱۹۹۹). هم‌چنین جانسون<sup>۸</sup> (۲۰۰۰) نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با نگرش‌های کارآفرینی افراد رابطه معنی‌داری وجود دارد (جانسون، ۲۰۰۰).

دیویدسون و هونینگ<sup>۹</sup> (۲۰۰۳) نشان دادند که متغیر سرمایه اجتماعی پیش‌بینی کننده‌ای قوی برای تبیین رفتار کارآفرینانه بوده و رابطه معنی‌داری با آن دارد (دیویدسون و هانینگ، ۲۰۰۳). در سال ۲۰۰۶ میر و همکاران<sup>۱۰</sup> نشان دادند که حمایت اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، رابطه مثبتی با راه‌اندازی کسب و کارهای مخاطره‌آمیز اجتماعی داشته و در آن نقش دارد، آنها همچنین مدلی ارائه دادند که در آن متغیرهای سرمایه اجتماعی، خودکارآمدی، خودکنترلی، همدلی، شناخت اجتماعی و توانایی ارتباطات اجتماعی

1- Bueo et al

2- Singh

3- Thompson et al

4- Lrson & Starr

5- Aldrich & Zimmer

6- Nahapiet & Ghoshal

7- Cooke & Wills

8- Johansson

9- Davidsson & Honig

10- Mair et al

در ایجاد رفتار کارآفرینانه اجتماعی افراد نقش داشته و داشتن رفتار کارآفرینانه اجتماعی، افراد را به راه اندازی کسب و کارهای اجتماعی هدایت خواهد کرد (میر و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۲۶).

مینی تی<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) مدلی ارائه داد که در آن بین سرمایه اجتماعی و تصمیم کارآفرینانه افراد رابطه معنی داری وجود دارد به گونه ای که با افزایش سرمایه اجتماعی، اطلاعات فرد و اقدام و انگیزه او برای راه اندازی کسب و کار افزایش می یابد (مینی تی، ۲۰۰۷). سینگ<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با مهارت های ارتباط اجتماعی افراد رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین نشان داد که هر اندازه سرمایه اجتماعی و مهارت های برقراری ارتباط اجتماعی بالاتر باشد میزان کارآفرینی افراد افزایش می یابد (سینگ، ۲۰۰۷).

در ایران نیز مقیمی و همکاران (۱۳۸۷) نشان دادند که بین کارآفرینی اجتماعی و اثربخشی عملکرد و نیز وجود برنامه های کارآفرینی، وجود فرهنگ سازمانی کارآفرینانه، عوامل حیاتی موفقیت در کارآفرینی اجتماعی به عنوان شاخص های کارآفرینی اجتماعی با اثربخشی عملکرد سازمان های غیر دولتی زنان ایران رابطه معنی داری وجود دارد (مقیمی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶). تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵) نشان دادند که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد شناختی و ساختاری آن با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد و نشان دادند که با افزایش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می یابد (تسلیمی و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۷).

عمرانی و همکاران (۱۳۸۹) نشان دادند که افراد، ماموریت، عوامل زمینه ای، فرصت و سرمایه در توسعه فرایند کارآفرینی اجتماعی ایران اهمیت دارند (عمرانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱). عسکری و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در موسسه مهندسی جواد الائمه نشان دادند که ۱- بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. ۲- بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. ۳- بین بعد کیفیت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد (عسکری و همکاران ۱۳۹۰). آراستی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که نیاز و ارزش های اجتماعی و نگرش و مسئولیت پذیری اجتماعی از عوامل نهادی غیر رسمی و ناکارآمدی دولت از عوامل نهادی رسمی تاثیرگذار بر پیدایش فعالیت های کارآفرینی اجتماعی هستند (آراستی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۵).

ربیعی و همکارش (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (انجمن زنان مدیر کارآفرین) نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه اجتماعی و هر سه بعد آن (شناختی، ساختاری و رابطه ای) با کارآفرینی زنان برقرار است و در بررسی اینکه کدام ابعاد سرمایه اجتماعی بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی زنان دارد، مشخص شد که در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری دارای بالاترین تاثیر بر کارآفرینی زنان است و پس از آن بعد شناختی قرار دارد و پس از آن بعد رابطه ای کمترین تاثیر را بر کارآفرینی زنان دارد (ربیعی و همکارش، ۱۳۹۱). مرادی پردنجانی و همکاران (۱۳۹۳) نشان داد که با تقویت ابعاد سرمایه اجتماعی مدیران می توان کارآفرینی اجتماعی آنان را ارتقاء داد (مرادی پردنجانی و همکاران ۱۳۹۳).

قلی پور و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان تحلیل رابطه و تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی در گروه صنعتی سدید) نشان دادند که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین با استفاده از آزمون تحلیل مسیر داده های پژوهش، برازش بسیار خوبی با مدل مفهومی مشاهده شده است (قلی پور و همکاران ۱۳۹۴).

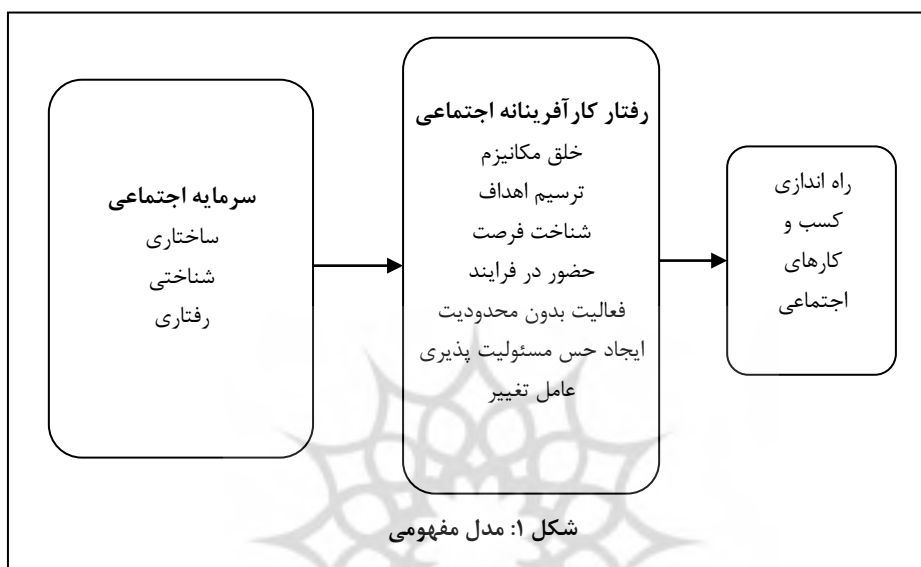
ضمن بررسی های به عمل آمده پیرامون موضوع دریافتیم که پژوهش های لارسون و استار (۱۹۹۳)؛ ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)؛ کوک و ویلز (۱۹۹۹)؛ جانسون (۲۰۰۰)؛ دیویدسون و هونیک (۲۰۰۳)؛ مینی تی (۲۰۰۷)؛ سینگ (۲۰۰۷) و تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی؛ پژوهش میر و همکاران (۲۰۰۶) به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی اجتماعی؛ در این مقاله سعی شده است تا ضمن تبیین رابطه میان سرمایه اجتماعی بر میزان کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان های مردم نهاد اجتماعی استان چهارمحال و بختیاری ارائه شود.

1 - Minniti

2 - Singh

## مدل مفهومی

با توجه به چارچوب نظری و تجربی موضوع، به ویژه بر اساس مدل میر و همکاران (۲۰۰۶) در این مقاله از مدل مفهومی زیر جهت تبیین تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی رسیدگی به معولین استفاده شده است.



## فرضیات تحقیق

با توجه به مدل مفهومی بالا در این مقاله فرضیات زیر مورد آزمون قرار گرفته است:

۱. میزان برخورداری مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه های سرمایه اجتماعی بالاتر از میانگین متوسط است.
۲. میزان برخورداری مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه های کارآفرینی اجتماعی بالاتر از میانگین است.
۳. سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری تاثیر معنی داری دارد.
۴. بین مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بر اساس سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی به حسب ویژگی های جمعیت شناختی، تفاوت معناداری وجود دارد.

## روش شناسی تحقیق

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به توسعه و کاربرد دانش موجود در زمینه «کارآفرینی اجتماعی» می‌پردازد از نوع کاربردی است و با توجه به اینکه هدف آن تبیین تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی هست، در زمره طرح های توصیفی به شمار می‌آید و از آنجائی که به تحلیل وضعیت موجود در خصوص تبیین تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی، در مقطع زمانی حاضر و به صورتی واقعی پرداخته است، از نوع همبستگی است. جامعه تحقیق را کلیه مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی استان چهارمحال و بختیاری تشکیل می‌دهد که تعداد آن‌ها برابر ۸۰ موسسه هست و از میان آنها تعداد ۶۴ مدیر از مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی استان چهارمحال و بختیاری به روش تصادفی ساده و در فاصله زمانی ۹۳-۱۳۹۲ انتخاب شده است.

برای گردآوری داده‌های مورد نیاز علاوه بر اطلاعات کتابخانه ای که به منظور دست‌یابی به پیشینه تحقیق انجام گرفت، در مرحله میدانی و به منظور سنجش سرمایه اجتماعی ناهاپین و گوشال (۱۹۹۸) و پرسش نامه کارآفرینی اجتماعی دس (۱۹۹۸) استفاده شده است. در جدول ۱ ضرایب پایایی هر یک از متغیرهای تحقیق آمده است.

جدول شماره ۱: ضرایب پایایی شاخص‌های مربوط به متغیرهای تحقیق

متغیرها	مولفه ها	ضرایب پایایی
سرمایه اجتماعی	کل	۰/۸۶۷
	ساختاری	۰/۸۳۲
	شناختی	۰/۸۳۴
	رفتاری	۰/۸۰۴
کارآفرینی اجتماعی	کل	۰/۸۷۲
	عامل تغییر	۰/۸۸۲
	ترسیم اهداف	۰/۸۶۷
	شناخت فرصت	۰/۸۳۲
	حضور در فرایند	۰/۸۳۴
	فعالیت بدون محدودیت	۰/۸۳۲
	ایجاد حس مسئولیت پذیری	۰/۸۰۴
	خلق مکانیزم	۰/۸۵۱

همانگونه که ملاحظه می‌شود ضریب پایایی همه شاخص‌های مربوط به متغیر سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی بالاتر از ۷۰٪ شده است که پایایی مناسبی هست، پایایی کل این دو متغیر نیز به ترتیب ۸۶٪ و ۸۸٪ شده است که بر اساس منابع علمی موجود (سیف، ۱۳۸۸) پایایی نسبتاً بالایی است.

### یافته های تحقیق

در این پژوهش برای تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS انجام شده است. در زیر نتایج مربوط به آزمون فرضیات آمده است. در جدول ۲ و ۳ و ۴ نتایج مربوط به آزمون فرضیه ۱، جدول ۵ نتایج مربوط به آزمون فرضیه ۲، جدول ۶ نیز نتایج مربوط به آزمون فرضیه ۳، جدول ۷ و ۸ نتایج مربوط به آزمون فرضیه ۴ و جدول ۹، ۱۰ و ۱۱ نتایج مربوط به آزمون فرضیه ۵ آمده است. فرضیه اول این پژوهش میزان برخورداری مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد<sup>۱</sup> استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه های سرمایه اجتماعی را آزمون کرده است. مقدار آماره t محاسبه شده برای سرمایه اجتماعی برابر با ۵،۷۴۶ در درجه آزادی ۶۳ در مقایسه با مقدار جدول بزرگتر بوده و معناداری باشد. بنا براین بین میانگین نمونه و متوسط میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد. میزان تفاوت بین میانگین نمونه و متوسط میانگین جامعه برابر ۸۹۴۸۵ بوده بنابراین میزان سرمایه اجتماعی در بین مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بیش از حد متوسط ارزیابی می‌گردد.

جدول شماره ۲: مقایسه میانگین ابعاد و مولفه های هوش اجتماعی

عوامل	میانگین	T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین
سرمایه اجتماعی	۳،۶۴۲۷	۵،۷۴۶	۶۳	۰،۰۰۱	۸۹۴۸۵
رفتاری	۳،۶۴۸۴	۵،۸۹۸	۶۳	۰،۰۰۱	۸۷۹۴۷
ساختاری	۳،۶۵۶۴	۵،۳۳۸	۶۳	۰،۰۰۱	۹۸۳۴۹
شناختی	۳،۶۳۲۸	۵،۶۲۰	۶۳	۰،۰۰۱	۹۰۰۸۰

مقدار آماره t محاسبه شده برای مولفه رفتاری، ساختاری و شناختی به ترتیب برابر با ۵,۸۹۸,۵,۳۳۸ و ۵,۶۲۰ در درجه آزادی ۶۳ در مقایسه با مقدار جدول بزرگتر بوده و معناداری باشد. بنا براین بین میانگین نمونه و متوسط میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد و لذا میزان مولفه رفتاری، ساختاری و شناختی در بین مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بیش از حد متوسط ارزیابی می‌گردد.

**فرضیه دوم** این پژوهش میزان برخورداری مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی را آزمون کرده است. این پژوهش میزان برخورداری مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی را آزمون کرده است که مقدار آماره t محاسبه شده برای کارآفرینی اجتماعی و مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی (عامل تغییر، ایجاد حس مسئولیت پذیری، فعالیت بدون محدودیت، حضور در فرایند، شناخت فرصت، ترسیم اهداف، خلق مکانیزم) برابر با در درجه آزادی ۶۳ در مقایسه با مقدار جدول بزرگتر بوده و معناداری باشد. بنا براین بین میانگین نمونه و متوسط میانگین جامعه تفاوت معناداری وجود دارد؛ بنابراین میزان کارآفرینی اجتماعی و مولفه‌های کارآفرینی اجتماعی در بین مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بیش از حد متوسط ارزیابی می‌گردد.

جدول شماره ۳: مقایسه میانگین ابعاد و مولفه‌های هوش اجتماعی

عوامل	میانگین	T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف میانگین
کارآفرینی اجتماعی	۳,۸۵۱۹	۸,۶۳۹	۶۳	۰,۰۰۱	۸۵۱۹۰
عامل تغییر	۳,۸۲۵۵	۷,۵۹۲	۶۳	۰,۰۰۱	۸۲۵۵۲
ترسیم اهداف	۳,۸۸۴۴	۸,۷۷۶	۶۳	۰,۰۰۱	۸۸۴۳۸
شناخت فرصت	۳,۷۳۰۵	۶,۲۹۵	۶۳	۰,۰۰۱	۷۳۰۴۷
حضور در فرایند	۳,۸۹۸۴	۹,۰۶۲	۶۳	۰,۰۰۱	۸۹۸۴۴
فعالیت بدون محدودیت	۳,۸۶۹۱	۸,۷۷۶	۶۳	۰,۰۰۱	۸۶۹۱۴
ایجاد حس مسئولیت پذیری	۳,۸۶۲۵	۷,۹۰۶	۶۳	۰,۰۰۱	۸۶۲۵۰
خلق مکانیزم	۳,۸۴۱۱	۸,۰۷۵	۶۳	۰,۰۰۱	۸۴۱۱۵

**فرضیه سوم** این پژوهش بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری را آزمون کرده است. ضریب همبستگی (پیرسون) بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی (رفتاری، ساختاری، شناختی) و کارآفرینی اجتماعی (عامل تغییر، ایجاد حس مسئولیت پذیری، فعالیت بدون محدودیت، حضور در فرایند، شناخت فرصت، ترسیم اهداف، خلق مکانیزم) در سطح ( $p < 0,01$ ) معنا دار بوده است؛ یعنی بین مولفه‌های رفتاری، ساختاری، شناختی با عامل تغییر، ایجاد حس مسئولیت پذیری، فعالیت بدون محدودیت، حضور در فرایند، شناخت فرصت، ترسیم اهداف، خلق مکانیزم رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۴: ضریب همبستگی ابعاد هوش اجتماعی با ابعاد کارآفرینی اجتماعی

متغیرها	شاخص	مقدار	متغیرها	شاخص	مقدار
رفتاری	عامل تغییر	r	فعالیت بدون محدودیت	r	۰,۹۰۱
		Sig		Sig	۰,۰۰۰
	ترسیم اهداف	r	ایجاد حس مسئولیت پذیری	r	۰,۹۰۵
		Sig		Sig	۰,۰۰۰
	شناخت فرصت	r	خلق مکانیزم	r	۰,۹۳۰
		Sig		Sig	۰,۰۰۰
شناختی	حضور در فرایند	r	عامل تغییر	r	۰,۹۱۸
		Sig		Sig	۰,۰۰۰
	فعالیت بدون محدودیت	r	ترسیم اهداف	r	۰,۹۱۸
		Sig		Sig	۰,۰۰۰
	r		r	۰,۸۷۶	

مقدار	شاخص	متغیرها		مقدار	شاخص	متغیرها	
۰,۰۰۰	Sig	شناخت فرصت	ساختاری	۰,۰۰۰	Sig	ایجاد حس مسئولیت پذیری	
۸۴۵	r	حضور در فرایند		۸۹۴	r	خلق مکانیزم	
۰,۰۰۰	Sig			۰,۰۰۰	Sig		
۸۲۵	r	فعالیت بدون محدودیت		۸۶۳	r	عامل تغییر	
۰,۰۰۰	Sig	ایجاد حس مسئولیت پذیری		۰,۰۰۰	Sig	ترسیم اهداف	
۸۹۲	r			۸۶۴	r		
۰,۰۰۰	Sig			۰,۰۰۰	Sig		
۸۸۰	r	خلق مکانیزم		۰,۰۰۰	Sig	شناخت فرصت	
۰,۰۰۰	Sig			۰,۰۰۰	Sig		
۰,۰۰۰	Sig	کارآفرینی اجتماعی		۰,۰۰۰	Sig	حضور در فرایند	
۰,۰۰۰	Sig		۰,۰۰۰	Sig			

**فرضیه چهارم** این پژوهش به بررسی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی به لحاظ ویژگی های جمعیت شناختی مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری را آزمون کرده است. داده های جدول ۵ نشان می دهد که در خصوص مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب جنسیت مدیران، میزان  $t$  محاسبه شده (۱,۰۴۴) در درجه آزادی ۶۲ درمقایسه با جدول (۱,۶۷۱) کوچکتر بوده و معنادار نمی باشد، یعنی بین سرمایه اجتماعی مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری بر حسب جنسیت مدیران تفاوت معناداری وجود ندارد و در خصوص مقایسه میانگین کارآفرینی اجتماعی بر حسب جنسیت مدیران، میزان  $t$  محاسبه شده (۰,۹۳۳) در درجه آزادی ۶۲ درمقایسه با جدول (۱,۶۷۱) کوچکتر بوده و معنادار نمی باشد، یعنی بین کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری بر حسب جنسیت مدیران تفاوت معناداری وجود ندارد.

**جدول ۵: در خصوص مقایسه میانگین هوش اجتماعی بر حسب جنسیت مدیران**

sig	df	T	Std. Deviation	Mean	N	گروهها	
.۳۰۱	۶۲	۱,۰۴۴	.۸۶۶۵۴	۳,۷۱۳۵	۴۵	مرد	سرمایه اجتماعی
			.۹۵۸۵۲	۳,۴۶۳۲	۱۹	زن	
.۳۵۶	۶۲	.۹۳۱	.۷۵۶۹۱	۳,۹۱۱۶	۴۵	مرد	کارآفرینی اجتماعی
			.۸۶۴۶۹	۳,۷۱۰۵	۱۹	زن	

داده های جدول ۶ نشان می دهد که میزان  $F$  محاسبه شده سرمایه اجتماعی (۰,۳۳۵) و کارآفرینی اجتماعی (۰,۳۱۵)، در درجه آزادی ۳ و ۶۰ در مقایسه با مقدار بحرانی جدول کوچکتر بوده و معنادار نمی باشد؛ بنابراین بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی بر حسب سن مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری تفاوت معنادار وجود ندارد.

**سن مدیران جدول ۶: مقایسه میانگین مولفه های هوش اجتماعی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی بر حسب**

sig	F	M.S	d.f	S.S	منبع تغییرات	عوامل
.۸۰۰	.۳۳۵	.۲۷۷	۳	.۸۳۰	بین گروههای	سرمایه اجتماعی
		.۸۲۷	۶۰	۴۹,۶۱۸	درون گروهها	
			۶۳	۵۰,۴۴۸	جمع	
.۸۱۴	.۳۱۵	.۲۰۳	۳	.۶۰۸	بین گروههای	کارآفرینی اجتماعی
		.۶۴۳	۶۰	۳۸,۵۹۸	درون گروهها	
			۶۳	۳۹,۲۰۷	جمع	



داده های جدول ۷ نشان می دهد که میزان F محاسبه شده در سرمایه اجتماعی (۱۳۰). کارآفرینی اجتماعی (۰.۴۶۱)، در درجه آزادی ۲ و ۶۱ در مقایسه با مقدار بحرانی جدول کوچکتر بوده و معنادار نمی باشد؛ بنابراین بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری مولفه های برحسب مدرک تحصیلی آنها تفاوت معنادار وجود ندارد.

تحصیلات جدول ۷: مقایسه میانگین مولفه های هوش اجتماعی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی بر حسب

عوامل	منبع تغییرات	S.S	d.f	M.S	F	sig
سرمایه اجتماعی	بین گروه های	.۲۱۴	۲	.۱۰۷	.۱۳۰	.۸۷۸
	درون گروه ها	۵۰,۲۳۳	۶۱	.۸۲۳		
	جمع	۵۰,۴۴۸	۶۳			
کارآفرینی اجتماعی	بین گروه های	.۵۸۴	۲	.۲۹۲	.۴۶۱	.۶۳۳
	درون گروه ها	۳۸,۶۲۳	۶۱	.۶۳۳		
	جمع	۳۹,۲۰۷	۶۳			

## بحث و نتیجه گیری

در این مقاله برای تبیین رابطه و تاثیر سرمایه اجتماعی مدیران سازمان های مردم نهاد اجتماعی رسیدگی به به کارکنان بر کارآفرینی اجتماعی آنان چارچوب نظری سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) و دس (۱۹۹۸) مورد پذیرش قرار گرفته است. از میان مولفه های سرمایه اجتماعی مطابق با نظر ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) مولفه های ساختاری، شناختی و رفتار و از میان مولفه های کارآفرینی اجتماعی، مطابق با نظر دس (۱۹۹۸) ویژگی های عامل تغییر، ترسیم اهداف، شناخت فرصت، حضور در فرایند، فعالیت بدون محدودیت، ایجاد حس مسئولیت پذیری و خلق مکانیزم مطالعه قرار گرفت. مدیران سازمان های مردم نهاد اجتماعی می توانند با ارتقای سرمایه اجتماعی خود و موسسه از حداکثر توانمندی های خود در راستای ارتقای کارآفرینی اجتماعی در سازمان بهره گرفته و با این کار در راستای توانمندسازی کارکنان و توسعه کارآفرینی اقدام مهمی بردارند. این امر می تواند سازمان را به سازمانی کارآفرین تبدیل کند که بازنگری روال های گذشته و ارائه خدمات جدید و توسعه و اشتغال را سرلوحه کار آن باشد و نوگرایی به عنوان یک ارزش نهادی جزء باورهای مشترک سازمان های مردم نهاد اجتماعی باشد. تحلیل آماری در خصوص رابطه و تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی سازمان های مردم نهاد اجتماعی استان چهارمحال و بختیاری نشان داد که ۴ فرضیه مطرح و تمام فرضیات مورد بررسی قرار گرفته است.

در رابطه با فرضیه اول نتایج نشان داد که میزان برخورداری مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه های سرمایه اجتماعی بالاتر از میانگین متوسط است نتیجه این فرضیه با نتیجه پژوهش توسلی و همکاران (۱۳۸۶) که سرمایه اجتماعی در ایران در سال های ۱۳۷۹ تا سال ۱۳۸۵ رو به افزایش هست و روند صعودی به طرف میانگین دارد (توسلی و همکاران، ۱۳۸۶) یکسان هست.

در رابطه با فرضیه دوم نتایج نشان داد که میزان برخورداری مدیران سازمان های مردم نهاد استان چهارمحال و بختیاری از ابعاد و مولفه های کارآفرینی اجتماعی بالاتر از میانگین است.

در رابطه با فرضیه سوم نتایج نشان داد که بین مولفه های سرمایه اجتماعی (رفتاری، ساختاری، شناختی) و کارآفرینی اجتماعی (عامل تغییر، ایجاد حس مسئولیت پذیری، فعالیت بدون محدودیت، حضور در فرایند، شناخت فرصت، ترسیم اهداف، خلق مکانیزم) رابطه معنا دار وجود دارد و نتیجه این فرضیه با نتیجه پژوهشهای آشنا (۱۳۸۴)، رهسپار (۱۳۸۶)، ایزدیار (۱۳۸۸)، تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵) در داخل کشور و همپنین با پژوهش های کوک و ویلز (۱۹۹۹)، جانسون (۲۰۰۰)، دیویدسون و هونینگ (۲۰۰۳)، مینی تی (۲۰۰۷) و سینگ (۲۰۰۷) یکسان هست. قلی پور و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان تحلیل رابطه و تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی در گروه صنعتی سدید) نشان دادند که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین با استفاده از آزمون تحلیل مسیر داده های پژوهش، برازش بسیار خوبی با مدل مفهومی مشاهده شده است. مافی (۱۳۸۷) در پژوهشی نقش سرمایه اجتماعی در فرایند کارآفرینی را در شرکتهای صنایع پیشرفته مستقر در هفت مرکز رشد دانشگاهی شهر تهران بررسی کرد. وی در مطالعه خود تمرکز را بر توسعه بیشتر دانش در زمینه

فرایند کارآفرینی قرار داد و اذعان داشت که سرمایه اجتماعی کارآفرینان بر فرایند کارآفرینی شامل خلق ایده، تشخیص و بهره برداری از فرصت و خلق ارزش تأثیرگذار است. یافته‌های او نشان داد که سرمایه اجتماعی بر هر یک از چهار مرحله فرایند کارآفرینی تأثیرگذار است. ایزدیار (۱۳۸۸) در بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در وزارت بهداشت و درمان و سازمان محیط زیست به این نتیجه رسید که این دو با یکدیگر رابطه معناداری دارند. در ضمن هوش هیجانی بر رابطه آن دو تأثیر مثبت دارد. عسکری و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در موسسه مهندسی جواد الائمه نشان دادند که ۱- بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. ۲- بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. ۳- بین بعد کیفیت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. ربیعی و همکارش (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان (انجمن زنان مدیر کارآفرین) نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه اجتماعی و هر سه بعد آن (شناختی، ساختاری و رابطه ای) با کارآفرینی زنان برقرار است و در بررسی اینکه کدام ابعاد سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان دارد، مشخص شد که در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری دارای بالاترین تأثیر بر کارآفرینی زنان است و پس از آن بعد شناختی قرار دارد و پس از آن بعد رابطه ای کمترین تأثیر را بر کارآفرینی زنان دارد. تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵) نشان دادند که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد شناختی و ساختاری آن با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی داری وجود دارد و نشان دادند که با افزایش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد. مینی تی (۲۰۰۷) مدلی ارائه داد که در آن بین سرمایه اجتماعی و تصمیم کارآفرینانه افراد رابطه معنی داری وجود دارد به گونه ای که با افزایش سرمایه اجتماعی، اطلاعات فرد و اقدام و انگیزه او برای راه اندازی کسب و کار افزایش می‌یابد. سینگ (۲۰۰۷) نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با مهارت های ارتباط اجتماعی افراد رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین نشان داد که هر اندازه سرمایه اجتماعی و مهارت های برقراری ارتباط اجتماعی بالاتر باشد میزان کارآفرینی افراد افزایش می‌یابد. ماجکوسکی (۲۰۱۰) در پایان نامه خود نقش سرمایه اجتماعی را بر کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی جامعه در نیوارلنن و جرسی، مورد بررسی قرار داد. او در مطالعات خود سه عنصر سرمایه اجتماعی یعنی شبکه، اعتماد متقابل و روابط متقابل را در نظر گرفت. نتایج وی نشان داد که سه عنصر سرمایه اجتماعی نه تنها در عرصه سوددهی، بلکه در سازمانهای جامعه محور نیز بسیار مهم هستند. همچنین، نشان داد که چگونه یک شبکه از افراد هم فکر، نه تنها به شدت مراقب حفظ جامعه محلی خود می‌باشند، بلکه تمایل به اشتراک گذاشتن آموخته های خود با دیگران نیز دارند. پیرامون موضوع حاضر پژوهش هایی انجام شده است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود. در خارج از ایران لارسون و استار (۱۹۹۳)؛ ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) دریافتند که سرمایه اجتماعی توانایی بازشناسی فرصت ها و دست یابی به اطلاعات و منابع را افزایش داده و به تسهیم و جاری کردن دانش و نوآوری کمک می نماید عاملی کلیدی برای موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه به شمار می آمده و تأثیر بسزایی در عملکرد کسب و کارها دارد. همچنین نشان دادند که سرمایه اجتماعی تجربه ریسک پذیری و رفتار کارآفرینانه را به وسیله روابط مستحکم در سازمان، تشویق می کند (لارسون و استار، ۱۹۹۳)؛ ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸). کوک و ویلز (۱۹۹۹) نقش سیاست و خط مشی اجتماعی را در ایجاد سرمایه اجتماعی و همچنین رابطه سرمایه اجتماعی را با میزان راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط نشان دادند (کوک و ویلز، ۱۹۹۹). جانسون (۲۰۰۰) نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با نگرش های کارآفرینی افراد رابطه معنی داری وجود دارد (جانسون، ۲۰۰۰). دیویدسون و هونینگ (۲۰۰۳) نشان دادند که متغیر سرمایه اجتماعی پیش بینی کننده ای قوی برای تبیین رفتار کارآفرینانه بوده و رابطه معنی داری با آن دارد. میر و همکاران (۲۰۰۶) نشان دادند که حمایت اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، رابطه مثبتی با راه اندازی کسب و کارهای مخاطره آمیز اجتماعی داشته و در آن نقش دارد، آنها همچنین مدلی ارائه دادند که در آن متغیرهای سرمایه اجتماعی، خودکارآمدی، خودکنترلی، همدلی، شناخت اجتماعی و توانایی ارتباطات اجتماعی در ایجاد رفتار کارآفرینانه اجتماعی افراد نقش داشته و داشتن رفتار کارآفرینانه اجتماعی، افراد را به راه اندازی کسب و کارهای اجتماعی هدایت خواهد کرد. لینو دیگران (۲۰۰۵) طی تحقیقی تأثیر سرمایه اجتماعی و توانایی کارآفرینان و راهبردهای کارآفرینی را بر عملکرد کسب و کارهای جدید مورد بررسی قرار دادند و دریافتند که سرمایه اجتماعی باعث تعدیل اثر راهبردهای کارآفرینی بر عملکرد میشود. همچنین، به این نکته پی بردند که کارآفرینان موفق آنهایی خواهند بود که راهبردهای کارآفرینی را مطابق با سرمایه اجتماعی و تواناییها تنظیم نمایند. در رابطه با فرضیه سوم نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر معنی داری دارد. نتیجه تحقیق با مطالعات ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، کوک و ویلز (۱۹۹۹)، جانسون (۲۰۰۰)، دیویدسون و هونینگ (۲۰۰۳)، میر و همکاران (۲۰۰۶)، می نی تی (۲۰۰۷)،

سینگ (۲۰۰۷)، تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵)، عمرانی و همکاران (۱۳۸۹) و آراستی و همکاران (۱۳۹۱) همسو و هم جهت بوده و نتایج آن‌ها را تأیید می‌کند.

در رابطه با فرضیه چهارم نتایج نشان داد که بین سرمایه اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد استان چهارمحال و بختیاری بر حسب جنسیت، سن و تحصیلات مدیران تفاوت معناداری وجود ندارد نتیجه این فرضیه با نتیجه پژوهش توسلی و همکاران (۱۳۸۶) در پژوهشی نشان دادند که سرمایه اجتماعی در ایران در سالهای ۱۳۷۹ تا سال ۱۳۸۵ رو به افزایش هست و روند صعودی به طرف میانگین دارد.

## پیشنهادات

توانمندسازی معلولین یکی از اصولی‌ترین استراتژی‌ها در راستای حفظ و تقویت کرامت انسانی آنان هست و بر همین اساس راهبرد توسعه کارآفرینی معلولین در برنامه‌ریزی‌های دولت مورد توجه و عنایت ویژه قرار گرفته است. تقویت سرمایه اجتماعی مدیران را قادر می‌سازد که ارتقاء کارآفرینی اجتماعی تسهیل یابد. بر اساس نتایج به دست آمده از فرضیات تحقیق و با توجه به تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

باتوجه به این که سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران تاثیر مثبتی دارد، لذا بایستی مدیران بر ارزش‌ها و اهداف مشترک، همکاری گروهی، اعتمادپذیری و بر ارزش‌های اجتماعی تاکید نمایند. همچنین از آن جایی که شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی اجتماعی مستلزم حمایت بخش دولتی، خصوصی، نهادهای مالی و خیریه هست، لذا بایستی به این امر توجه شود و به تشویق و تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی کارآفرینی در سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی تاکید شود. باتوجه به این که ترسیم اهداف و تعریف درست مأموریت از ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی است، لذا لازم است تعریفی واقعی از مأموریت اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی در کنار مأموریت‌های دیگر آن ارائه شود.

مدیران می‌بایست خود را عضوی از خانواده مشترک سازمان بدانند و به ساختارهای ارتباطی تسهیل‌کننده در سازمان، اهمیت ارزش‌ها و اهداف مشترک، همکاری با همکارانشان، روابط مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل با همکارانشان، الزام به همکاری با دیگران، تمایل به فعالیت‌های گروهی و تیمی در سازمان، انتقادپذیری، رجحان اهداف جمعی، توجه به روابط شخصی گرم و ارتباطات کاری خوب و زیاد با همکاران توجه نمایند تا در ارتقای سرمایه اجتماعی سازمان موفق باشند.

علاوه بر این موضوعات پژوهشی زیر در راستای این تحقیق پیشنهاد می‌شود:

۱. پیشنهاد می‌شود تحقیقی با عنوان «راه کارهای ارتقای سرمایه اجتماعی سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی» انجام شود.
۲. پیشنهاد می‌شود تا تحقیقی با عنوان «شناسایی فرصت‌های کارآفرینی اجتماعی در سازمان‌های مردم‌نهاد اجتماعی» انجام شود.
۳. پیشنهاد می‌شود تحقیقی با عنوان «تبیین تاثیر آموزش‌های سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران» به روش آزمایشی انجام شود.
۴. پیشنهاد می‌شود تا تحقیقی با «عنوان مقایسه کارآفرینی اجتماعی مدیران سازمان‌های مردم‌نهاد با مدیران سازمان‌های دولتی» انجام شود.

## منابع

۱. احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۸). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: انتشارات پردیس.
۲. آراستی، زهرا؛ ملکی کرم آباد، محمد مهدی؛ متوسلی، محمود (۱۳۹۱). عوامل نهادی تاثیر گذار بر پیدایش فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی. فصل نامه توسعه کارآفرینی، سال ۵، جلد ۲: ۲۰۳-۱۸۵.
۳. تسلیمی، محمد سعید؛ منوریان، عباس؛ آشنا، مصطفی (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی. فصل نامه فرهنگ مدیریت، سال ۴، شماره ۱۴: ۵۶-۲۷.
۴. خانی، مسلم (۱۳۸۷). کارآفرینی زندگی آفرینی است. ماه نامه کارآفرینان امیرکبیر، شماره ۳۶: ۳۸-۳۶.
۵. صالحی امیری، سید رضا (۱۳۸۹). درآمدی بر مفهوم سرمایه اجتماعی. پژوهش نامه مدیریت و سرمایه اجتماعی، معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، گروه پژوهش‌های مدیریت، آموزش و منابع انسانی.

۶. عمرانی، زهرا؛ حقیقی کفاش، مهدی؛ مظلومی، نادر (۱۳۸۹). اولویت بندی عوامل اثرگذار بر کارآفرینی اجتماعی ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی. فصل نامه توسعه کارآفرینی، سال ۲، شماره ۸: ۱۱-۳۶.
۷. مرادی پردنجانی، حجت الله (۱۳۹۳). تاثیر هوش اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران موسسات خیریه رسیدگی به معلولین. طرح پژوهشی خاتمه یافته. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد.
۸. مرادی پردنجانی، حجت الله (۱۳۹۳). تاثیر هوش اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی مدیران موسسات خیریه رسیدگی به معلولین. طرح پژوهشی خاتمه یافته. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرکرد.
۹. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، پژوهشی در سازمان‌های غیر دولتی، NGOs. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. مقیمی، سید محمد؛ روستا، مریم؛ حیدری، محمد مهدی (۱۳۸۷). بررسی ارتباط کارآفرینی اجتماعی و اثربخشی عملکرد در سازمان‌های غیر دولتی زنان. مجله علمی پژوهشی مطالعات زنان، سال ۱، شماره ۱: ۳۲-۶.
11. Bornstein D (2004). *How to change the world?* ISF 100E, Cambridge University Press
  12. Bueo, E. Salmador, M.P. and Rodriguez, O. (2004). The role of social capital in today's economy. *Journal of Intellectual capital*, Vol. 5 No.
  13. Aldrich, H. & Zimmer, C. (1994). Entrepreneurship through social networks. In D. Sexton & R. Smiler (eds.), *the Art and Science of Entrepreneurship*: 3-23. New York: Ballinger.
  14. Cooke, P. & Wills, D. (1999). Small firms, social capital and the enhancement of business performance through innovation programs. *Small Business Economics*, 13, 219-234
  15. Cornwall Jeffrey & Perlman baron, (1990). *Organizational entrepreneurship*. Richard Irwin.
  16. Davidsson, P. & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
  17. Dees, J. G. (1998 January-February). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76, 55-67.
  18. Hermann, F, Manfred, L, Christian, K (2007). The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success. *Entrepreneurship and Regional Development*. N: 3. 227-251.
  19. Johnson, S. (2000). *Literature review on social entrepreneurship*. Canadian Centre for Social Entrepreneurship, University of Alberta School of Business, Canada. Available: <http://www.bus.ualberta.ca/ccse/Publications>.
  20. Larson, A. & Starr, J. A. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(2): 5-15.
  21. Lewis, D. (2001). *The Management of Non-Governmental Development Organizations: An Introduction*, London: Rutledge.
  22. Martin, R. L. Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Social Innovation Review*: Stanford Jr. University.
  23. Mair, Johanna, Robinson, Jeffrey and Hockerts, Kai(2006). *Social Entrepreneurship*. Antony Rowe Ltd, Chippenham and Eastbourne
  24. Minniti, Maria(2007). *Entrepreneurship: the engine of growth*. Greenwood Publishing Group, Inc.
  25. Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
  26. Singh, R. P. (2007). *Entrepreneurial opportunity recognition through social networks*. Garland Pub.
  27. Thompson, J. Alvy, G. and Lees, A. (2000). *Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential*. *Management Decision*, 35(5): 328-38.