

ارتباط سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی

دکتر مهرداد محرم زاده^۱، دکتر میر محمد کاشف^۲، شیما بهنوش^۳

۱. استادیار دانشگاه ارومیه

۳. کارشناس ارشد تربیت بدنی و علوم ورزشی

تاریخ پذیرش مقاله: ۸۸/۷/۵

تاریخ دریافت مقاله: ۸۸/۱/۳۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تعیین ارتباط سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی بوده است. پژوهش حاضر از نوع همبستگی بوده و به شیوه میدانی انجام گرفته است. برای گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه روا و پایا ($\alpha=0/85$) استفاده شد. جامعه آماری در این پژوهش شامل تمامی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی به تعداد ۵۰ نفر بودند. نمونه آماری در این پژوهش، برابر با جامعه آماری تحت بررسی است که به علت عدم برگشت چند پرسشنامه، تعداد نهایی نمونه آماری برابر با ۴۶ نفر شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

نتایج یافته‌ها نشان می‌دهد که ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی مثبت و معنی‌دار است ($r=0/787, P<0/01$) همچنین بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (بعد شناختی و بعد ساختاری) و کارآفرینی سازمانی به ترتیب ($r=0/718, P<0/01$)، ($r=0/717, P<0/01$)، ارتباط مثبت و معنی‌داری وجود دارد. و

بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی (کسب و کار جدید، نوآوری، خودتجدیدی، ریسک‌پذیری، پیشگامی، رقابت‌تهداجمی) و سرمایه اجتماعی به ترتیب $(F=0/686, F=0/668, F=0/531, F=0/587, F=0/457, P<0/01, F=0/767)$ همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بنابراین، افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان (از طریق اعتماد سازی، افزایش روابط بین افراد، کار گروهی و مشارکت و...) می‌تواند کارآفرینی سازمانی را ارتقاء دهد و باعث افزایش خلاقیت، نوآوری، خودتجدیدی، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت در سازمان شود.

کلید واژه‌های فارسی: اداره تربیت بدنی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی.





پښتونستان ښوونځي
پښتونستان ښوونځي

مقدمه

یکی از مسائلی که همواره پیش روی مدیریت یک سازمان قرار دارد، چگونگی توسعه سازمان و افزایش کارآمدی آن است. با توجه به شرایط امروز، سازمان‌ها می‌بایست در جهت ارتقای بهره‌وری خود تلاش کنند تا بتوانند ضمن حفظ بقای خود، نیاز مخاطبان و رضایت خاطر آنان را فراهم کنند. برای رسیدن به این مهم، عموماً در درجه اول به سرمایه‌گذاری‌های فیزیکی توجه شده و سعی گردیده است تا با بالا بردن وجوه سرمایه‌گذاری‌ها و تکنولوژی، زمینه را برای رشد و توسعه آماده کنند در درجه دوم، سازمان‌ها، در جهت افزایش بهره‌وری و توسعه سازمانی به مقوله سرمایه انسانی توجه کرده‌اند، اما بُعد سومی که در سازمان باید در نظر گرفته شود، سرمایه اجتماعی است که کمتر به آن توجه شده است (۱).

سرمایه اجتماعی، جزو نظریه‌های اخیر سرمایه به شمار می‌آید که بیشتر از اشکال دیگر سرمایه، حالتی استعاره‌ای داشته و نیز از عینیت کمتری برخوردار است؛ ضمن اینکه در ادبیات نظری و تجربی مربوطه، این مفهوم گاهی اوقات در معانی بسیار متفاوت و کارکردهای بسیار متنوع به کار رفته است (۲). سرمایه اجتماعی، مجموعه‌ای از منابع و ذخایر ارزشمندی است که به صورت ذاتی و نهفته در روابط اجتماعی گروه‌ها در سازمان اجتماعی جامعه (نهادهای رسمی و غیررسمی) وجود دارد. برخی از این ذخایر ارزشمند، که گاه از آن به عنوان ارزش‌های اجتماعی نیز یاد می‌شود، عبارت‌اند از: صداقت، حسن تفاهم، سلامتی نفس، همدردی، دوستی، دلسوزی، همبستگی، فداکاری و... سرمایه اجتماعی از طریق این منابع، کنش‌های کنشگران را در سطوح مختلف خرد، میانی و کلان جامعه، آسان، سریع، کم‌هزینه و مطمئن می‌سازد و بدین وسیله آنان را

در رسیدن به اهداف مشترک اجتماعی کمک می‌کند (۳). از آنجایی که سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده و چند بعدی است، هر یک از محققان با توجه به سطح تحلیل خود به بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی پرداخته اند. لاک لی^۱ و استون^۲، ابعاد سرمایه اجتماعی را چنین طبقه بندی کردند: (۴-۵) (نمودار شماره ۱ و ۲).

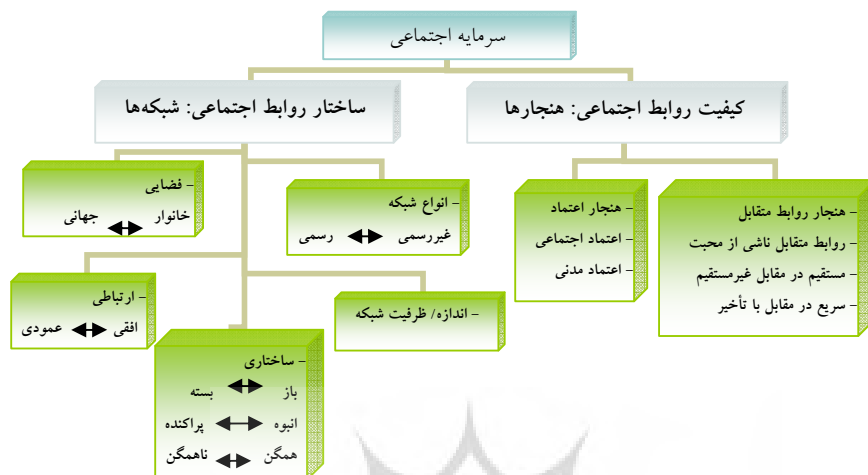


نمودار ۱. طبقه‌بندی لاک لی، از ابعاد سرمایه اجتماعی (۴)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ Laurence Lock Lee

² W. Stone



اما مؤسسه مطالعات خانوادگی استرالیا. به منظور اجتناب از سنجش تک بُعدی سرمایه اجتماعی، از ابعاد اشاره شده توسط استون (۲۰۰۱) و لاک-لی (۲۰۰۵) استفاده کرد که عبارت‌اند از: ۱- بعد شناختی^۱ سرمایه اجتماعی که به روابط متقابل و اعتماد اشاره می‌کند (۴)، ۲- بعد ساختاری^۲ سرمایه اجتماعی که به روابط در سازمان اشاره دارد و میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان برقرار می‌کنند را دربر می‌گیرد (۶)، و این ابعاد در پژوهش حاضر مورد استفاده قرار گرفته است.

کارآفرینی، از عوامل مهمی است که در جهان امروز سبب رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌شود (۷). استیونسون^۳ و همکاران معتقدند که کارآفرینی فرایندی است که فرصت‌ها به وسیله افراد، یا برای خودشان و یا برای سازمان‌هایی که در آن کار می‌کنند، بدون توجه به منابعی که در

^۱ Cognitive dimension

^۲ Structural dimension

^۳ Stevenson et al.

کنترل آنها است تعقیب می‌شود (۹-۸). کارآفرینی سازمانی نیز در حیطه سازمان عمل می‌کند و ساختارها، رویکردها، هنجارها، تکنولوژی‌ها، خدمات و محصولات فعلی سازمان را گسترش می‌دهد و یا مسیرهای جدید قرار گیرند (۱۰).

آنتونیک و هیسریچ^۱ کارآفرینی سازمانی را فرایندی می‌دانند که کارآفرین، تحت حمایت یک سازمان می‌تواند فعالیت‌های مبتنی بر کارآفرینی خود را به ثمر رساند و هشت بُعد را برای آن برشمردند که عبارت‌اند از: ۱-۲- واحدها و کسب و کارهای جدید که می‌توانند شامل تشکیل واحدهای کاملاً رسمی مستقل یا نیمه مستقل باشند که به کارآفرینی پرورشگاهی^۲ مشهور شده‌اند. این نهادهای مستقل می‌توانند، در درون یا بیرون از حوزه سازمان قرار گیرند (۱۱-۱۰). ۳- نوآوری در فرآیند محصول و خدمات، که شامل ایجاد محصول جدید، بهبود آن و رویه‌ها و روش‌های نو تولید است. نایت^۳ (۱۹۹۷) توسعه یا ارتقای محصولات و خدمات و همچنین فنون و تکنولوژی‌ها در تولید را به عنوان بخشی از نوآوری سازمانی قرار داده است (۱۲). ۴- خودتجدیدی؛ یعنی تغییر شکل سازمان‌ها از طریق تجدید ایده‌های کلیدی، که سازمان بر مبنای آنها بنا شده است. این بُعد، به معنای تغییر سازمان و استراتژی است و شامل تعریف مجدد مفهوم کسب و کار، سازماندهی مجدد و ارائه تغییرات گسترده سیستمی جهت نوآوری است. ۵- ریسک‌پذیری^۴، که پیگیری سریع فرصت‌ها، استفاده یا کاربرد سریع منابع و اقدامات

1. Antonic - Hisrich

2. Incubative

3. Knight

4. Self-renewal

5. risk taking

جسورانه است. ۷- پیشگامی^۱، که مربوط به پیشگامی در پیگیری فرصت ها یا ورود به بازارهای جدید است. ۸- رقابت تهاجمی^۲؛ تمایل سازمان در به چالش درآوردن یا رقابت کردن با رقبا تعریف شده است. بنابراین، ابعاد هشت گانه آنتونیک و هیسریچ، به دلیل نو و جامع بودن آن، در تحقیق حاضر مورد استفاده قرار گرفته است (۱۰).

آشنا (۱۳۸۴) در پژوهشی بیان می‌دارد، با کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی نیز کاهش یا افزایش می‌یابد و سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی خوبی باشد، می‌تواند از طریق ارزش‌ها، نگرش‌ها، تعهدات، مشارکت و اعتماد موجود در سیستم، همچنین ساختارها و فرآیندهای مدیریتی مانند اقدام براساس کار گروهی، سازمانی کارآفرین باشد (۱۱). جعفری (۱۳۸۷) در بررسی‌ای که در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی انجام داد دریافت، بین رسمیت و تمرکز از مؤلفه‌های ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط منفی و معنی‌داری وجود دارد و بین پیچیدگی از مؤلفه‌های ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌داری وجود ندارد (۱۳). آتسوشی اشیما و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیقی بیان کردند که فرد کارآفرین در یک سازمان، نماینده سرمایه انسانی با استعداد و مهارت خاص، که برای آن سازمان یا مؤسسه ارزش قابل توجهی دارد، می‌باشد. و با ورود فرد به سازمان در اکثر موارد، به سرمایه سازمانی تغییر شکل پیدا می‌کند، این فرآیند پویای تغییر شکل سرمایه، ارزش سازمان را ترقی می‌بخشد (۱۴). میلر (۲۰۰۶) در مقاله‌ای به بحث در مورد انواع سرمایه انسانی، مالی، اجتماعی

¹. proactive ness

². Competitive Aggressiveness

و کارآفرینی پرداخته است، این مقاله نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی، کارآفرینی را تسهیل می‌کند (۱۵). طبق تحقیقی، لینا و وان بورن دریافتند که بین سرمایه اجتماعی و تعهد کارکنان، انعطاف پذیری سازمان، اداره مناسب اعمال جمعی و ایجاد سطوح بالایی از سرمایه مفهومی، ارتباط مثبت و معنی‌داری برقرار است، بنابراین سرمایه اجتماعی می‌تواند عملکرد سازمانی را ارتقاء دهد. لینا و بورن، سازه‌ای را ایجاد کرده و آن را "سرمایه اجتماعی سازمانی" نامیده‌اند و در تعریف این سازه آن را به منزله منبعی دانسته‌اند که منعکس‌کننده ویژگی‌های روابط اجتماعی درون سازمان است. از نظر این دو محقق، سرمایه اجتماعی سازمانی، از طریق میزان گرایش اعضاء به اهداف جمعی و همچنین اعتماد مشترک میان آنها، که با تسهیل اعمال جمعی ایجاد ارزش می‌نماید، مشخص می‌شود (۶).

با توجه به تحقیقات انجام شده متوجه می‌شویم که امروزه سرمایه اجتماعی نسبت به سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع نقش مهم‌تری را ایفا می‌کند، به طوری که در غیاب آن، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شود (۱) و از آنجایی که کارآفرینی نیز فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است، و این روابط اجتماعی می‌تواند ارتباط کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل نماید (۱۶) و سرمایه اجتماعی است که تأثیر استراتژی‌های کارآفرینی را بر عملکرد تعدیل می‌نماید (۱۱)، سازمان‌ها می‌توانند با شناخت و شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی خود، درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته باشند و

سیستم‌های سازمانی خود از جمله کارآفرینی سازمانی را بهتر هدایت کنند (۱۷). از طرفی نگرستن به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای احاطه شده اجتماعی، راه را برای یک چشم انداز وسیع در مورد کارآفرینی هموار می‌سازد، به طوری که توجه را به سمت نکات مبهم و کمتر پرداخته شده کارآفرینی سازمانی جلب می‌کند. بنابراین هدف کلی این پژوهش، تعیین ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل استان آذربایجان غربی است، تا مشخص شود که آیا بین بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی از جمله ارتباطات و رسمیت و اندازه سازمان با کارآفرینی سازمانی ارتباط وجود دارد؟ آیا بین بُعد شناختی سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد و روابط متقابل بین کارکنان با کارآفرینی سازمانی ارتباطی وجود دارد؟ و آیا می‌توان با افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان، روحیه نوآوری، ریسک‌پذیری، خودتجدیدی، رقابت‌جویی و پیشگامی در کارکنان سازمان تربیت بدنی را افزایش داد؟ پاسخ به این سوالات می‌تواند مسئولان را بر آن دارد تا با به کارگیری راهکارهایی برای افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان، کارآفرینی سازمانی را که از عوامل ترقی و توسعه سازمانی است، افزایش دهند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، پژوهش کاربردی محسوب می‌شود؛ چرا که نتایج یافته‌ها برای حل مشکلات خاص در سازمان استفاده می‌شود و تلاشی است برای پاسخ دادن به یک معضل و مشکل علمی که در دنیای واقعی وجود دارد. از آنجایی که در این تحقیق محقق به دنبال تعیین

ارتباط سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی است، تحقیق از نوع همبستگی می باشد.

جامعه آماری مورد نظر در این تحقیق را کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی تشکیل می دهند که این تعداد برابر ۵۰ نفر است. نمونه آماری در این تحقیق برابر با جامعه آماری مورد نظر است، که به علت عدم همکاری تعدادی از کارکنان در تکمیل پرسشنامه، تعداد نمونه مورد بررسی، ۴۶ نفر است (n=۴۶).

ابزارها و روش های جمع آوری اطلاعات

در این پژوهش، از پرسشنامه محقق ساخته آشنا (در سازمان های غیرورزشی) با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳ استفاده شده است. به منظور بالا بردن اعتبار پرسشنامه در سازمان های ورزشی، پایایی پرسشنامه در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی مورد سنجش قرار گرفت که بعد از محاسبه، ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ به دست آمد. پرسشنامه، شامل ۲ بخش است: الف) سؤالات عمومی (شامل ویژگی های جمعیت-شناختی پاسخ دهندگان) ب) سؤالات تخصصی (شامل تعداد ۴۰ سؤال که ۲۰ مورد آن مربوط به کارآفرینی سازمانی و ۲۰ مورد آن مربوط به سرمایه اجتماعی است). در این پرسشنامه از مقیاس ۵ گزینه ای لیکرت استفاده شده است.

سؤالات عمومی		
۱. جنسیت: <input type="checkbox"/> مرد <input type="checkbox"/> زن	۲. _____	۳. وضعیت تأهل: <input type="checkbox"/> مجرد <input type="checkbox"/> متأهل

۴. تحصیلات: <input type="checkbox"/> دیپلم <input type="checkbox"/> فوق دیپلم <input type="checkbox"/> لیسانس <input type="checkbox"/> فوق لیسانس <input type="checkbox"/> دکتری <input type="checkbox"/>
۵. سابقه خدمت: <input type="checkbox"/> ۱ تا ۱۰ سال <input type="checkbox"/> ۱۱ تا ۲۰ سال <input type="checkbox"/> ۲۱ سال به بالا <input type="checkbox"/>

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سؤالات
					۱. در سازمان، افرادی که اشتباه می کنند تشویق می شوند تا تجربه اشتباهات خود را در اختیار دیگران قرار دهند؟
					۲. کارکنان سازمان همیشه به دنبال منافع خودشان هستند؟
					۳. بعضی ها می پندارند با کمک کردن به دیگران، در حقیقت به خودشان کمک می کنند؟
					۴. در سازمان به منظور نوآوری در محصولات یا خدمات به واحد تحقیق و توسعه توجه زیادی می شود؟
					۵. اگر در سازمان با مشکلی مواجه شوم، از میان کارکنان، افرادی خواهند بود که کمک کنند؟
					۶. تا چه حد سازمان با تأکید بر نوآوری، در پی خلق محصولات یا خدمات جدید است؟
					۷. تا چه حد با ورود به بازار و موقعیت های جدید، ساختار سازمان تغییر پیدا می کند؟
					۸. تا چه حد در سازمان به منظور نوآوری، اصلاح استراتژی، صورت می گیرد؟
					۹. تا چه حد سازمان در پیگیری فرصت ها پیشگام است؟
					۱۰. از لحاظ میزان تحصیلات، بین شما و همکارانتان چقدر تفاوت وجود دارد؟
					۱۱. تمایل سازمان به رویارویی یا رقابت با ادارات کل تربیت بدنی سایر استان ها تا چه حد است؟
					۱۲. تا چه حد واحد تحقیق و توسعه توانسته است جهت نوآوری در محصولات یا خدمات ایده های خود را به اجرا برساند؟
					۱۳. در سازمان ظرفیت تحمل اشتباهات به عنوان یک شاخص ابتکار عمل شناخته می شود؟
					۱۴. تا چه حد سازمان در فرآیندها و رویه ها نوآور است؟
					۱۵. تا چه حد سازمان به منظور نوآوری در فرآیندها، به طرح ریزی مجدد جریان کار، توجه می کند؟

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سوالات
					۱۶. تا چه حد سازمان سعی در ارائه محصولات یا خدمات نوین به منظور ورود به بازار و موقعیت های جدید را دارد؟
					۱۷. تا چه حد در سازمان به منظور نوآوری، سازماندهی مجدد صورت می گیرد؟
					۱۸. تا چه حد سازمان برای تسلط بر عوامل تهدیدکننده، میل به حالت تهاجمی دارد؟
					۱۹. تا چه حد سازمان سعی در ورود به کارهای جدید دارد؟
					۲۰. تا چه حد سازمان در استفاده از تکنیک های اداری جدید سعی دارد نسبت به ادارات کل تربیت بدنی سایر استان ها پیشگام باشد؟
					۲۱. تا چه حد سازمان مشوق نوآوری در فرایندها یا رویه های ارائه خدمات است؟
					۲۲. تا چه حد در سازمان به منظور نوآوری، مفهوم کار مجدداً تعریف می شود؟
					۲۳. سازمان در مواجهه با عوامل محیطی، تا چه حد حالت تهاجمی به خود می گیرد؟
					۲۴. تا چه اندازه می توان به افراد محیط کار یا همکاران اعتماد نمود؟
					۲۵. چقدر حاضرید با کسی که مخالف شما فکر می کند در یک دفتر همکار باشید؟
					۲۶. چقدر مایلید در کارها یا فعالیت های گروهی سازمان شرکت کنید؟
					۲۷. چقدر احساس می کنید همکاران شما دوستانتان هستند؟
					۲۸. افراد غیر از واحد خود را تا چه حد می شناسید؟
					۲۹. سهولت دسترسی یا ملاقات با همکاران تا چه حد است؟
					۳۰. از لحاظ مهارت های فردی، بین شما و همکارانتان چقدر تفاوت وجود دارد؟
					۳۱. تا چه حد سازمان در ورود به بازار و موقعیت های جدید پیشگام است؟
					۳۲. در جلسات عمومی (در سازمان) تا چه حد برای ابراز نظرات

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	سؤالات
					خود به عنوان مخالف، احساس آزادی می کنید؟
					۳۳. در تصمیم گیری سازمانی تا چه حد نظر شما پرسیده می شود؟
					۳۴. تا کنون چقدر پیش آمده که با همکاران خود دچار اختلاف شده باشید و ارتباط خود را با آنها قطع کنید؟
					۳۵. در صورتی که همکارانتان به مشکلی برخورد کنند، چقدر سعی می کنید به آنها کمک نمایید؟
					۳۶. چقدر احساس می کنید که عضوی از یک گروه کاری هستید؟
					۳۷. چقدر روی قول همکاران حساب می کنید؟
					۳۸. تا چه حد همکاران خود را در محل کار خود به اسم می شناسید؟
					۳۹. تا چه حد در انجام کار خود، آزادی عمل دارید؟
					۴۰. در انجام فعالیت های داوطلبانه، بین شما و همکاران هم سطح، چقدر تفاوت وجود دارد؟

متغیرهایی که در این تحقیق مورد سنجش قرار گرفتند عبارتند از:

الف- کارآفرینی سازمانی که شامل هشت بعد: (۱و۲- واحدها و کسب و کارهای جدید. ۳و۴- نوآوری در فرآیند و محصول / خدمات. ۵- خودتجدیدی. ۶- ریسک پذیری. ۷- پیشگامی. ۸- رقابت تهاجمی است.

ب- سرمایه اجتماعی که دارای دو بعد مهم ۱- شناختی و ۲- ساختاری است.

روش های آماری پژوهش

در این پژوهش، جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده و تأیید و یا رد فرضیات تحقیق، از آمار استنباطی (آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن) با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و Excel استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

فرض اول: بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی ارتباط وجود دارد (جدول شماره ۱).

جدول ۱. آزمون همبستگی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی

متغیرها	سرمایه اجتماعی
کارآفرینی	۰/۷۸۷
سازمانی	۰/۰۰۱
	p-value

$$P < ۰/۰۱$$

با توجه به جدول شماره ۱ ملاحظه می شود که یک ارتباط نسبتاً قوی بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی به میزان ($r=۰/۷۸۷$, $P<۰/۰۱$) وجود دارد یعنی می توان گفت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در یک رابطه خطی مستقیم قرار دارند به طوری که هر چه میزان سرمایه اجتماعی افزایش یا کاهش پیدا کند به همان میزان کارآفرینی سازمانی نیز افزایش یا کاهش خواهد یافت.

فرض دوم: بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی ارتباط وجود دارد.

۲-۱. یافته‌های تحقیق نشان داد بین بُعد شناختی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد ($P<۰/۰۱$ ، $r=۰/۷۱۷$). یعنی می توان گفت افزایش یا کاهش یکی، بر افزایش یا کاهش دیگری مؤثر است.

۲-۲. یافته‌های تحقیق نشان داد بین کارآفرینی سازمانی و بُعد ساختاری سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد ($P<۰/۰۱$ ، $r=۰/۷۱۸$)، که این امر مبین این است که هرچه بُعد ساختاری سرمایه

اجتماعی بیشتر باشد، کارآفرینی سازمانی نیز افزایش می‌یابد (جدول شماره ۲).

جدول ۲. آزمون همبستگی بین بُعد شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی

متغیرها		بعد شناختی سرمایه اجتماعی	بعد ساختاری سرمایه اجتماعی
کارآفرینی سازمانی	ضریب همبستگی	۰/۷۱۷	۰/۷۱۸
	p-value	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱

$P < ۰/۰۱$

فرض سوم: بین مؤلفه های کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی در اداره کل تربیت بدنی استان آذربایجان غربی ارتباط وجود دارد.

۳-۱. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین کسب و کار جدید و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی داری برقرار است ($r=۰/۷۶۷, P<۰/۰۱$)، یعنی می‌توان گفت کسب و کار جدید می‌تواند به عنوان یک مؤلفه افزایش در سرمایه اجتماعی تلقی شود.

۳-۲. مشخص شد که بین نوآوری و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد ($r=۰/۶۸۶, P<۰/۰۱$)، که این مبین این مطلب است که با افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان، میزان نوآوری افزایش می‌یابد. ۳-۳. یافته‌ها نشان می‌دهد بین خودتجدیدی و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد ($r=۰/۶۶۸, P<۰/۰۱$)، یعنی با افزایش سرمایه اجتماعی میل به خودتجدیدی در سازمان افزایش می‌یابد.

۳-۴. با توجه به اطلاعات حاصله، بین ریسک پذیری و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت معناداری وجود دارد ($r=۰/۵۳۱, P<۰/۰۱$)، به عبارت دیگر،

هر چه ریسک پذیری در سازمان افزایش یابد، به همان میزان سرمایه اجتماعی نیز افزایش می یابد.

۳-۵. یافته های تحقیق نشان می دهند که بین پیشگامی، از مؤلفه های کارآفرینی سازمانی، و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد ($r=+0/587, P<0/01$)، بدین معنی که اگر روحیه پیشگامی در سازمان افزایش یابد، میزان سرمایه اجتماعی نیز در سازمان افزایش می یابد.

۳-۶. براساس یافته های تحقیق، بین رقابت تهاجمی و سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی داری وجود دارد ($r=+0/547, P<0/01$)، به عبارت دیگر، با افزایش رقابت در سازمان، سرمایه اجتماعی در سازمان افزایش می یابد (جدول شماره ۳).

جدول ۳. آزمون همبستگی بین مؤلفه های کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی	متغیرها	
۰/۷۶۷	ضریب همبستگی	کسب و کار جدید
۰/۰۰۱	p-value	
۰/۶۸۶	ضریب همبستگی	نوآوری
۰/۰۰۱	p-value	
۰/۶۶۸	ضریب همبستگی	خودتجدیدی
۰/۰۰۱	p-value	
۰/۵۳۱	ضریب همبستگی	ریسک پذیری
۰/۰۰۱	p-value	
۰/۵۸۷	ضریب همبستگی	پیشگامی
۰/۰۰۱	p-value	
۰/۵۴۷	ضریب همبستگی	رقابت تهاجمی
۰/۰۰۱	p-value	

$P < 0/01$

بحث و نتیجه گیری

یافته‌های تحقیق نشان داده است که ارتباط مثبت و معنی‌داری بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (شناختی و ساختاری) و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. بنابراین در بعد ساختاری؛ با ایجاد ساختار سازمانی مناسب و روابط افقی و عمودی که در آن تصمیم‌گیری و کار گروهی مطرح باشد، می‌توان ایده‌پروری و نوآوری در سازمان و در نهایت کارآفرینی سازمانی را افزایش داد. که این نتایج با یافته‌های آشنا (۱۳۸۴) همخوانی دارد، نتایج این پژوهشی همچنین با یافته‌های میلر (۱۹۸۷) که در تحقیقی با عنوان «ساختن استراتژی، ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی» بیان داشته است نوع استراتژی و ساختار سازمانی، عامل مهمی در کارآفرینی است (۱۸)، همسویی دارد. در مورد بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز، در سازمان‌هایی که در آن مشارکت، تعهد و اعتماد در سطح بالاتری قرار دارد، از آنجایی که افراد زمان کمی را صرف حراست و حمایت از خود در جهت استثمار نشدن در تعاملات با دیگران و نظارت بر اعمال خلاف شرکا و همکاران می‌کنند، و تبادل اطلاعات در سطح اعتماد بالا، بیشتر صورت می‌گیرد؛ باعث می‌شود تا فرد زمان بیشتری را برای فکر کردن، ایجاد خلاقیت و نوآوری و در نهایت کارآفرینی داشته باشد. این نتیجه با یافته‌های آشنا (۱۳۸۴) و آدونیس (۲۰۰۳) که ارتباط معنی‌داری را بین سطح اعتماد و کارآفرینی سازمانی به‌دست آوردند، همخوانی دارد (۱۹). همچنین با نتایج فراهانی و فلاحتی (۱۳۸۶) که بیان کردند هر قدر کارشناسان ادارات تربیت بدنی به همکاران، مدیریت و تصمیمات سازمان اعتماد و اطمینان داشته باشند، کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد (۱۹)، همسویی دارد. بنابراین، سطح بالایی از سرمایه اجتماعی می‌تواند موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد شود و این ایده‌های جدید باعث ایجاد

خلاقیت در افراد گردد و در نهایت این خلاقیت موجب نوآوری و کارآفرینی در سازمان خواهد شد. پس سازمانی که سرمایه اجتماعی خوبی دارد می‌تواند به صورت بالقوه، سازمانی کارآفرین باشد و برعکس، سازمانی که در آن سرمایه اجتماعی وجود ندارد و یا در سطح مطلوبی قرار نداشته باشد، یادگیری و اعتماد (یکی از مؤلفه های اصلی سرمایه اجتماعی) بیشتر نخواهد شد و این پایین بودن اعتماد باعث خواهد شد تا فرد کارآفرین در صورت شکست در انجام دادن کار مورد تنبیه قرار گیرد؛ لذا استراتژی بهینه برای فرد شکست خورده آن خواهد بود که خطا را نپذیرد و در پوشاندن و مخفی کردن اشتباهات سعی نماید که البته این حالت، خود باعث کاهش کارآفرینی سازمانی خواهد شد. این یافته‌ها با نتایج آشنا (۱۳۸۴) و همچنین میلر (۲۰۰۶) که بیان می‌دارند سرمایه اجتماعی، کارآفرینی را تسهیل می‌کند (۱۵) همخوانی دارد. همچنین ایجاد واحدهای کاری جدید در سازمان، نوآوری در رویه‌ها و خدمات یا محصولات، وجود روحیه ریسک‌پذیری و پیشگامی در ارائه خدمات و رویه‌ها که همگی از مؤلفه‌های یک سازمان کارآفرین‌اند، باعث افزایش روابط متقابل بین کارکنان سازمان، ایجاد اعتماد بین افراد و کانال‌های ارتباطی مؤثرتر و همبستگی بین کارکنان و ایجاد شبکه‌های غیررسمی سازنده در سازمان می‌شود، در نتیجه، سرمایه اجتماعی در میان کارکنان سازمان افزایش می‌یابد.

از این رو، با تکیه بر مطالعات محقق و آزمون‌های انجام شده مشخص می‌شود با افزایش سرمایه اجتماعی در سازمان، کارآفرینی سازمانی ارتقا می‌یابد. همچنین در فرآیند تحقیق مشخص شد که برای دستیابی به

وضعیت مطلوب در سازمان‌های ورزشی از جمله ادارات تربیت‌بدنی استان‌ها، توجه به پیشنهادات زیر ضروری به نظر می‌رسد:

- وجود فرهنگ محافظه‌کاری سبب می‌شود، فعالیت‌های مبتنی بر کارآفرینی در سازمان‌های بزرگی مانند تربیت‌بدنی پا نگیرد، بنابراین، ایجاد فرهنگ ریسک‌پذیری معقول در بین کارکنان و مدیران سازمان، با استفاده از سیستم پاداش‌دهی (پاداش دادن به افرادی که ریسک‌پذیری خوب و معقولی دارند والگو کردن آنها)، پیگیری سریع فرصت‌ها، به کارگیری سریع و مناسب منابع باعث افزایش کارآفرینی سازمانی می‌شود و سرمایه اجتماعی کارکنان را افزایش می‌دهد.

- ایجاد گروه‌های تحقیقاتی چند نفره تا واحدهای بزرگ پژوهشی در سازمان و همکاری و تعاملات همه جانبه بین واحدهای سازمانی، تا از این طریق با تقویت سرمایه اجتماعی بین کارکنان عملکرد کارآفرینی سازمانی بهبود یابد.

- القا حس مسئولیت اجتماعی از طرف مدیریت سازمان به کارکنان باعث می‌شود افراد سازمان اطمینان حاصل کنند که مدیریت سازمان نسبت به آنان احساس مسئولیت کرده و به پاسخگو بودن نسبت به جامعه حساس می‌باشد، در نتیجه تلقی مثبتی نسبت به سازمان پیدا کرده و در پرتو جو اطمینان و اعتماد سرمایه اجتماعی بیشتر شده و فضای بی‌اعتمادی تعدیل می‌گردد و کارآفرینی سازمانی رشد می‌یابد.

- بکارگیری رویه‌های استخدامی که در آن نه تنها به تخصص افراد دقت شده بلکه به اجتماعی بودن فرد، توانایی فرد در ارتباط برقرار کردن با دیگران و علاقه فرد به کارگروهی، نیز دقت نمایند (با توجه به تست‌های خاص روانشناسی که در این مورد می‌توان استفاده نمود) تا با بکارگیری

افرادی که دارای سرمایه اجتماعی بالاتری هستند بتوان کارآفرینی سازمانی را ارتقاء بخشید.

- ایجاد جوی که خودگشودگی یا خودافشاگری فرد افزایش یابد؛ چراکه خودگشودگی یا خودافشاگری موجب بهتر شدن روابط فرد با دیگران و در نتیجه افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود و در نهایت کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یابد.

منابع:

۱. بیکر، واین (۲۰۰۰). «مدیریت و سرمایه اجتماعی». ترجمه سید مهدی الوانی و محمد رضا ربیعی مندجین (۱۳۸۲). سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.

۲. توسلی، غلامعباس و موسوی، مرضیه (۱۳۸۴). «مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تاکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی». نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۶، ص: ۱-۳۲.

۳. فاتحی دهاقانی، ابوالقاسم (۱۳۸۳). «تأثیر سرمایه اجتماعی بر هویت اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی یازده دانشگاه دولتی در شهر تهران - مهر ۱۳۸۲)». پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، شماره (۲) ۱۷، ص: ۵۹-۹۲.

4. Lock Lee, L. (2005) "Knowledge Management Tool and Techniques", Elsevier Butterworth Heinemann, pp. 123-130.

5. Stone, W. (2001) "Measuring social capital, toward a theoretically informed measuring framework for researching social capital in family and community life", Australian Institute of Family Studies, Research Paper No. 24.

6. Bolino, Mark C, William H. Turnley & James M. Blood good (2002) "citizenship behavior and the creation of social capital in organizations", *Academy of management review* Vol.27, No.4, 505-522.

۷. فروغی پور، حمید؛ مظفری، سیدامیراحمد و اشرف گنجوی، فریده (۱۳۸۵). «ارزیابی و معرفی مهم‌ترین اولویت‌های کارآفرینی در ورزش از دیدگاه دست‌اندرکاران ورزش کشور». پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۶، صص: ۵۵-۶۸.

۸. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). «کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی (پژوهشی در سازمان‌های غیر دولتی ایران)». رساله دکتری، دانشگاه تهران.

۹. اسلامی بیدگلی، غلامرضا و بیگدلو، مهدی (۱۳۸۴). «بررسی معیارهای مؤثر در ارزیابی کسب و کارهای مخاطره‌آمیز کارآفرینانه». دانش مدیریت، شماره ۶۸، صص: ۳-۲۹.

10. Antonic, B - Hisrich, R.D. (2003) "Clarifying the intrapreneurship concept", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.10, No. 1, pp. 7-24.

۱۱. آشنا، مصطفی (۱۳۸۴). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در واگن پارس اراک». پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه تهران.

12. Zahra, S.A. (1993) "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomy approach", *Journal of Business Venturing*, Vol. 8 No. 4, pp. 319-40.

۱۳. جعفری، علی (۱۳۸۷). «ارتباط بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل استان آذربایجان غربی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد تربیت بدنی، دانشگاه ارومیه.

14. Oshima, Atsushi, B.Ravikumar & Raymond Riezman. (2008) "Entrepreneurship, Organization Capital and the Evolution of the Firm", CESifo Working paper N. 2242.

15. Mueller .P,(2006) "Entrepreneurship in region: Breeding ground for nascent entrepreneurs?", Small Business Economics (this issue). DOI 10.1007/s11187-006-6951-7.

۱۶. احمدپورداریانی، محمود (۱۳۷۹). «کارآفرینی (تعاریف، نظریات و الگوها)». چاپ اول، انتشارات شرکت پردیس.

۱۷. علوی، سید بابک (۱۳۸۰). «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه». تدبیر، شماره ۱۱۶، صص: ۳۴-۴۰.

18. Miller D. (1987) "Strategy making structure and entrepreneurship, analysis and implications for performance" Academy of management journal, Vol. 30, No. 1, pp. 7-32.

۱۹. فراهانی، ابوالفضل و فلاحتی، مهدی (۱۳۸۶). «بررسی رابطه بین عوامل روان شناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارشناسان ادارات تربیت بدنی دانشگاهها». پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۱۵، صص: ۶۷-۷۹.