




بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز: سهم متغیر مدیریت دانش

ابوالفضل قاسم زاده دانشیار، مدیریت آموزشی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید مدنی
علیشاهی  آذربایجان، تبریز، ایران

محمد رزاقی *  دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه،
ایران

عزیز خوشمهر  **هدایتی** استادیار، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز با تأکید بر نقش میانجی متغیر مدیریت دانش انجام شد. پژوهش حاضر از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان دانشگاه شیراز به تعداد ۵۵۸ نفر بود. حجم نمونه با توجه به جامعه آماری و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جدول مورگان ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های استاندارد سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی اجتماعی و مدیریت دانش استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها مورد تأیید محققان و متخصصان قرار گرفت. پایایی پرسشنامه‌ها از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۹۴، ۰/۷۱، ۰/۹۴ و ۰/۸۷ برآورد گردید. داده‌های بدست آمده با استفاده از روش همبستگی و مدل معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و Lisrel مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی، سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش، مدیریت دانش بر کارآفرینی

* نویسنده مسئول: m.razzaghi4673@gmail.com

سازمانی و کارآفرینی اجتماعی، کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر مستقیم، مثبت و معنی‌داری دارد. سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد. هم‌چنین بیشترین اثر کل مربوط به اثر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی است. سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز به‌طور مستقیم اثر مثبت داشته است. هم‌چنین سرمایه اجتماعی می‌تواند به‌واسطه مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بگذارد. بنابراین مدیریت دانش کارکنان می‌تواند اثر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و اجتماعی را تقویت نماید. لذا برای دستیابی به کارآفرینی سازمانی و اجتماعی، توجه به سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش ضروری به نظر می‌رسد.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، کارآفرینی اجتماعی و مدیریت دانش.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

دانشگاه‌ها یکی از سازمان‌های خدماتی هستند که در سال‌های اخیر دچار چالش‌هایی مانند پدیده کم شدن دانشجو و بیکاری دانش‌آموختگان شده‌اند. با توجه به این که هدف از بررسی پدیده‌ها پیش‌بینی، برنامه‌ریزی و کنترل آن‌هاست؛ در مورد هر یک از پدیده‌ها اگر پیش‌بینی، برنامه‌ریزی و کنترل نباشد، مقابلش خطا خواهد بود. با عنایت به این که مهم‌ترین مرکز تولید دانش دانشگاه است، لذا اکثر کشورها بدین منظور بر دانش و نیروی انسانی متمرکز شده‌اند. امروزه جمعیت بیکار نه تنها یکی از مهم‌ترین چالش‌های روز در ایران به شمار می‌آید، بلکه با توجه به میزان رشد جمعیت در دو دهه اخیر می‌توان آن را مهم‌ترین چالش اجتماعی چند دهه آینده نیز به شمار آورد. در طول دو دهه گذشته، رویکرد شغلی کارآفرینانه، نقش مهمی در بازیابی تغییرات اجتماعی در مسیر شغلی برای تغییر «کارآیی» به ذهنیت «شغل» ایفا کرده است. در همین حال، گزارش‌های اخیر نیز اشاره می‌کنند که پیشرفت‌های کمتری در این زمینه صورت گرفته است و نتیجه آن، عدم وجود گرایش و اشتیاق کارآفرینی در میان شهروندان ایرانی است (محمدی‌نژاد و شریف‌زاده، ۲۰۱۷). به نظر می‌رسد که آنچه جامعه دانشگاهی ایران نیاز دارد، تعریف نو از تفکر اشتغال در میان جوانان و حمایت از دانشجویان است. از دلایل اصلی تمرکز بر کارآفرینی، نیاز فزاینده جوامع برای بهره‌گیری از افرادی خلاق است تا از طریق ایده‌های نوین و تبدیل این ایده‌ها به فعالیت‌های سودبخش، روند توسعه اقتصادی را تسریع کنند (کوراتکو، ۲۰۱۶). یکی از راه‌حل‌هایی که بسیاری از کشورهای جهان، برای حل این چالش اجتماعی و رسیدن به توسعه اقتصادی برگزیده‌اند، کارآفرینی و ارتقای آن در همه سطح‌های جامعه و به خصوص در سطح دانشگاهی و دانشجویان است (نبی، لینان، فایول، کروگر و والمسلی، ۲۰۱۷). در سطح دانشگاهی نیاز به دانش‌آموختگان، دانشجویان و کارکنان کارآفرین افزایش یافته است و هدف بسیاری از دانشگاه‌های معتبر جهان، پرورش دانشجویان و در نتیجه دانش‌آموختگان کارآفرین است. از سویی، با وجود اینکه فارغ‌التحصیلان دانشگاه در زمره افراد کارآزموده در بازار کار

-
1. Kuratko
 2. Nabi, Liñán, Fayolle, Krueger, & Walmsley

به حساب می‌آیند، افزایش میزان فارغ‌التحصیلانی که بیکارند، چالش بزرگی برای بازار کار ایران است (محمدی‌نژاد و شریف‌زاده، ۲۰۱۷). برای پاسخ به این نیازها و همراهی با تحولات و دگرگونی‌های مزبور، دیگر نمی‌توان به فرایندهای موجود اکتفا کرد. از این رو کارآفرینی به مثابه فعالیتی که باعث نوآوری، اشتغال و رشد بلندمدت می‌گردد، توسط دولت‌ها به عنوان راه‌حلی برای مشکلات اقتصادی و اجتماعی مطرح می‌شود (برانکو و همکاران^۱، ۲۰۱۵). افراد کارآفرین به عنوان موتور حرکت توسعه اقتصادی هستند که نقش اصلی را در ایجاد خلاقیت و نوآوری دارند (غفاری، یونسی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۶). یکی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی، شبکه‌سازی است. با توجه به این که سرمایه اجتماعی مفهومی جدا نشدنی از شبکه‌سازی است، روش‌های افزایش سرمایه اجتماعی می‌تواند برای افزایش شبکه‌سازی نیز به کار برده شود؛ زیرا افرادی که از شبکه‌سازی بالایی برخوردار باشند، ارتباط بیشتری با دیگران برقرار می‌کنند و نیت کارآفرینانه بیشتری خواهند داشت (یزدان پناه و زبیدی، ۱۳۹۶، ص ۱۲۴). سرمایه اجتماعی به‌طور رایج به‌عنوان یک منبع اجتماعی مفهوم‌سازی شده است که شهروندان را به همدیگر پیوند می‌دهد و آن‌ها را برای دنبال کردن مقاصدشان توانا می‌سازد (استول^۲، ۲۰۰۳، ص ۱۹). بانک جهانی (۱۹۹۹) سرمایه اجتماعی را نتیجه تعاملات و هنجارهای گروهی دانسته، و آن را موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها تعریف می‌کند (جاوید و ایزدی جیران، ۱۳۸۹، ص ۱۴). نگاه به مدیریت آموزش عالی باید نگاه مبتنی بر تعامل باشد؛ اعتماد اجتماعی به معنی اعتماد متقابل افراد به هم‌دیگر از مهم‌ترین محورها و عناصر سرمایه اجتماعی دانشگاه است. دانشگاه، یک نهاد تخصصی اصلی، متولی هدایت علمی جامعه است که به تولید علم و دانش پرداخته و خط‌مشی‌های موردنیاز را به دست‌اندرکاران این نهاد ارائه می‌دهد (هاشمی، ۱۳۹۶، ص ۷۵). بهتر است دانشگاه‌ها در فرایند رشد و توسعه خود بعد از طی کردن مرحله دانشگاه پژوهش محوره طرف «دانشگاه کارآفرین» هدایت شوند (غفاری و یونسی، ۱۳۸۹، ص ۱۳۴)؛ زیرا یکی از ابزارهای توسعه اقتصادی کشورها به‌خصوص کشورهای در حال رشد کارآفرینی

1. Brancu et al
2. Stoll

سازمانی است. همگان بر این اعتقاد هستند که دستیابی به درجات متعالی کارآفرینی سازمانی تأثیر مستقیمی در عملکرد سازمان‌ها دارد، به طوری که امروزه کارآفرینی سازمانی در تعداد زیادی از سازمان‌ها به عنوان یکی از رویکردهای راهبردی برای دستیابی به موفقیت‌های چشمگیر و عملکرد بالا انتخاب می‌شود (صفری و سلطانی آباد، ۱۳۹۵، ص ۶۱). با وجود اینکه در کشور ما در سال‌های اخیر به لحاظ گسترش کمی دانشگاه‌ها و رشد تحصیلات بسترهای سرمایه انسانی ارزشمند بوده است، بسیاری از متخصصان در مورد کاهش سرمایه اجتماعی اظهار نگرانی می‌نمایند؛ بنابراین عدم توجه به مطالعات مربوط به سرمایه اجتماعی و کارآفرینی در دانشگاه نتایج نامطلوبی برای سازمان دانشگاه در بر خواهد داشت. وضعیت محیطی سازمان‌ها طوری است که برای حل تنگناها و مشکلات به راه‌حل‌های جدید و منبع متفاوت نیاز دارند و بدون شک استفاده از عواملی مانند ابتکار، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی سازمانی از مهم‌ترین منابع برای حل مشکلات است. هم‌چنین کارآفرینی سازمانی در تقویت موقعیت رقابتی سازمان‌ها نقش مهمی دارد (زیویار، فراهانی و کشاورز، ۱۳۹۶، ص ۹۱). از طرفی با توجه به این که امروزه جامعه با مشکلات فراوانی مواجه می‌شود، در این رابطه سرمایه‌های اجتماعی سازمان‌ها نیازمند کارآفرینی اجتماعی هستند. از نظر جانسون^۱ (۲۰۰۰) کارآفرینی اجتماعی یک رویکرد نوآورانه برای سر و کار داشتن با مشکلات اجتماعی پیچیده است، هم‌چنین بوریستن^۲ (۲۰۰۷) کارآفرینان اجتماعی را دارای نقش مرکزی دانسته که در یک کارآفرینی موفقیت‌آمیز نقش کلیدی دارند (بسو^۳، ۲۰۱۲، ص ۳۸۹).

هم‌چنین یکی از الزامات رقابت در دنیای فعلی، کارآفرینی سازمانی است. البته بحث کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های ایرانی تازه و نو است (فیض، ملکی مین باش رزگاه و زنگیان، ۱۳۹۲، ص ۱۵۱). در واقع کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن تولیدات یا

-
1. Johnson
 2. Bornstein
 3. Basu

فرایندهای نوآوری شده با استفاده از ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ظهور می‌رسد. به عبارت دیگر کارآفرینی سازمانی فرایندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان آن بتوانند در نقش کارآفرین وظیفه خود را انجام دهند و همه فعالیت‌های فردی یا گروهی را به‌طور سریع و راحت در سازمان به ثمر برسانند (پیر علی و سیادت، ۱۳۹۳، ص ۸۴). از طرفی جهان امروز، در حال ورود به اقتصاد دانش محور است. در این اقتصاد، مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری جزء مهم‌ترین دارایی‌های سازمانی محسوب می‌شوند و موفقیت سازمان‌ها عمدتاً ریشه در قابلیت‌های فکری آن‌ها دارد (فاین و ترگایر^۱، ۲۰۰۸). چنانچه سازمانی بتواند تعاملات اثربخش را در میان کارکنان خویش در داخل گروه‌ها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، احتمال خلق دانش جدید در سازمان، انتقال و تبادل دانش میان افراد سازمان و در نتیجه مدیریت اثربخش دانش سازمانی نیز بیشتر خواهد (جوی و همکاران^۲، ۲۰۰۸). مدیریت دانش یک فرآیند ساختارمند برای خلق، کسب، تسهیم، انتقال و به کارگیری دانش ضمنی و عینی به‌عنوان دارایی سازمانی برای تشویق نوآوری است (کینگ و چونگ^۳، ۲۰۰۸). مدیریت دانش سازمانی، عادت‌ها و عملیات عادی و روزمره را متحول کرده است؛ درست مانند تغییری که تحصیل در افکار و فرهنگ ایجاد می‌کند. با طراحی و سازماندهی فرآیند مدیریت دانش می‌توان دانش ضمنی، مهارت‌ها و جریان کاری را به رویه‌ها، استانداردها و تحلیل محتوای مستندسازی شده منتقل کرد و بستری برای ایجاد رقابت، مزیت رقابتی و توسعه پایدار فراهم نمود (چنگ و همکاران^۴، ۲۰۰۹). مدیریت دانش را می‌توان به‌عنوان تسهیل‌کننده فرآیند توسعه محصول جدید در نظر گرفت. امروزه نوآوری و سرعت تحویل محصولات به بازار در موفقیت کسب و کار ضروری است و به‌طور فزاینده‌ای در آینده سازمان حیاتی خواهد بود. دارایی‌های ناملموسی که ارزش زیادی به این فعالیت‌ها اضافه می‌کنند، دارایی‌های دانش محور هستند. بسیاری از محققان توسعه محصول جدید را به‌عنوان یک فرآیند متمرکز بر دانش معرفی کرده‌اند که با رشد فزاینده پیچیدگی

-
1. Finn & Torgeir
 2. Choi et al
 3. King & Chung
 4. Chang et al

محصولات و فناوری‌ها، فرآیند توسعه محصول جدید به دانش ضمنی و عینی مؤثر و مدیریت این دانش‌ها احتیاج مبرم دارد (یانگ و لیو^۱، ۲۰۰۶). در این راستا بهبود دیدگاه‌های افراد می‌تواند منجر به مدیریت دانش آنان شود؛ زیرا مدیریت و تسهیم دانش کارکنان سازمان است که می‌تواند سازمان را در جهت رسیدن به اهداف خود کمک نماید.

دانشگاه‌ها در زمینه سرمایه اجتماعی نیازمند کار بیشتری هستند؛ زیرا جریان‌هایی خواسته یا ناخواسته موجب آسیب سرمایه اجتماعی شده است که دانشگاه‌ها باید این سرمایه‌ها را از نو احیا کنند. در دانشگاه‌ها اخلاق و صداقت، محور اصلی است و به هیچ وجه به منظور مقابله با دیگران از دایره صداقت و اخلاق نباید خارج شد. البته حفظ این محوریت در دراز مدت نتیجه بهتری دربر خواهد داشت. دانشگاه‌ها باید به ارزش‌ها و هنجارهای اصلی خودشان متکی باشند. فضا سازی‌های موجود نباید اعتماد به نفس و خودباوری را از دانشگاهیان سلب کند، بلکه دانشگاهیان باید برای حفظ این خودباوری تلاش نمایند (هاشمی ۱۳۹۶، ص ۳۰۸). مشارکت و همکاری کارکنان دانشگاه به‌عنوان سرمایه اجتماعی دانشگاه در جهت کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی، استعداد‌های هر یک از افراد را ارتقاء داده و مجموعه‌ای توانمند برای کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی ایجاد خواهد نمود.

نتایج پژوهش اشرفیان (۱۳۹۶) با عنوان «بررسی رابطه علی بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه» نشان داد که سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی کارکنان اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه اثر مستقیم دارد. نتایج پژوهش منتظری، پسندی‌پور و علیرضایی (۱۳۹۵) با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی» نشان داد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در کسب‌وکارهای مورد مطالعه می‌گذارد. هم‌چنین نتایج نشان داد ابعاد سرمایه ساختاری، رابطه‌ای و شناختی به ترتیب اثر بیشتری بر کارآفرینی سازمانی می‌گذارند.

نتایج پژوهش ابراهیمی، زارع و جوکار (۱۳۹۵) با عنوان «بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه شیراز» نشان داد بین سطح مهارت کارآفرینی و مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج پژوهش اکرامی و قلمکاری (۱۳۹۵) با عنوان «ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش» نشان داد که بین مؤلفه‌های مدیریت دانش و کارآفرینی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

نتایج پژوهش بادسار، رضائی و درینی (۱۳۹۴) تحت عنوان «بررسی اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی» نشان داد که مجموع اثر غیرمستقیم بعد ساختاری سرمایه اجتماعی از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی و مجموع اثر غیرمستقیم بعد شناختی از طریق بعد ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی معنی‌دار بود.

نتایج پژوهش الینگر^۱ و همکاران (۲۰۱۳) با عنوان «تأثیر سرمایه‌گذاری سازمانی در سرمایه اجتماعی بر عملکرد و تعهد کارکنان» نشان داد سرمایه‌گذاری سازمان به‌طور قابل توجهی بر سرمایه اجتماعی، بهبود رفتار شهروندی سازمانی، تعهد کارکنان و عملکرد سازمان مؤثر بود (طاهری زاده و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۷۹).

نتایج پژوهش تورکینا و همکاران^۲ (۲۰۱۳، ص ۱۰۸) با عنوان «سرمایه اجتماعی، شبکه، اعتماد و کارآفرینی» نشان داد که کارآفرینی یک سازمان و بالندگی سازمانی از طریق وجود سرمایه‌های مناسب مانند سرمایه اجتماعی است.

نتایج پژوهش ماجکوسکی^۳ (۲۰۱۰) با عنوان «نقش سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی و توسعه اقتصادی جامعه در نیوارلثان و جرسی»^۴ نشان داد که سه عنصر سرمایه اجتماعی نه تنها در عرصه سوددهی بلکه در سازمان‌های جامعه‌محور نیز بسیار مهم است. هم‌چنین نتایج نشان داد که چگونه یک شبکه از افراد هم‌فکر نه تنها به شدت مراقب حفظ

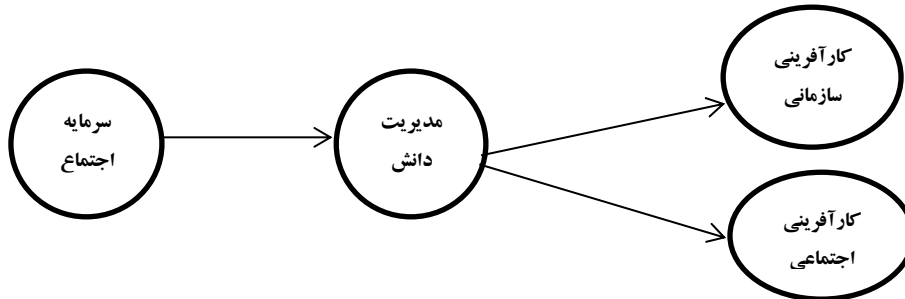
1. Elinger et al
2. Torkina et al
3. Majkowskia
4. Nivarlean & Gearcy

جامعه محلی خود هستند، بلکه تمایل به اشتراک گذاشتن آموخته‌های خود با دیگران نیز دارند (اشرفیان، ۱۳۹۶، ص ۱۳۵).

بررسی پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد تاکنون پژوهشی که به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی و اجتماعی و مدیریت دانش به صورت هم‌زمان پرداخته باشد وجود ندارد، به ویژه بررسی این موضوع در دانشگاه و مخصوصاً دانشگاه شیراز انجام نشده است؛ بنابراین زمینه خالی چنین پژوهشی به روشنی قابل ملاحظه است. بی‌تردید، نتایج این پژوهش خواهد توانست اطلاعات باارزشی در اختیار مسئولان و مدیران دانشگاه شیراز به منظور ارتقای کارآفرینی سازمانی و اجتماعی قرار دهد. بررسی مطالعات انجام شده در کشور حاکی از آن است که در سازمان‌ها از جمله دانشگاه شرایط لازم و کافی برای کارآفرینی سازمانی و اجتماعی آن چنان که باید مهیا نبوده است؛ بنابراین با توجه به معضلات موجود و مزیت‌های فراوان کارآفرینی، راهکارهای قابل اجرا در راستای افزایش کارآفرینی سازمانی و اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، مهم‌ترین گام در جهت برنامه‌ریزی صحیح کارآفرینی سازمانی و اجتماعی، شناخت عوامل مؤثر بر آن است که باید مطالعات و پژوهش‌های وسیع‌تری در این زمینه صورت پذیرد تا بر آن اساس مسئولان و مدیران دانشگاه بتوانند الگویی مدون و راهکاری اساسی برای کارآفرینی سازمانی و اجتماعی طراحی نمایند؛ بنابراین پژوهش حاضر به دنبال یافتن به این پرسش است که سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش تا چه اندازه قادر به تأثیرگذاری بر کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز است؟

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز با نقش میانجی مدیریت دانش در نیمسال دوم ۹۹-۹۸ است. با توجه به مطالب ذکر شده، پیشینه و هدف پژوهش، مدل مفهومی در قالب شکل ۱ ارائه می‌گردد:

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



فرضیه‌های پژوهش

۱. سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.
۲. سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.
۳. سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.
۴. مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.
۵. مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.
۶. سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.
۷. سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه کارکنان دانشگاه شیراز در نیمسال دوم ۹۹-۹۸ به تعداد ۵۵۸ نفر بود. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. حجم نمونه با توجه به جامعه آماری و با استفاده از جدول مورگان و کرجسی ۲۰۰ نفر انتخاب گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها از چهار پرسشنامه استاندارد به شرح ذیل استفاده شد:

پرسشنامه سرمایه اجتماعی: برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی بر حسب مدل ناهاپیت و گوشال^۱ (۱۹۹۸) استفاده شده که دارای ۶۰ گویه است که در آن از مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت استفاده شده است و مؤلفه‌های ساختاری، رابطه‌ای و شناختی را می‌سنجد. روایی محتوایی این پرسشنامه با استفاده از نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفته است. ضمناً روایی سازه آن با روش تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. پایایی این پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۹۴ درصد بدست آمد.

پرسشنامه کارآفرینی سازمانی: برای سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه استاندارد مدل مارگارت هیل^۲ (۲۰۰۳) دارای ۴۸ گویه بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت استفاده شده است که مؤلفه‌های افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف پذیری، وضعیت پاداش، رهبری کارآفرین و فرهنگ کارآفرین را می‌سنجد. روایی محتوایی این پرسشنامه با استفاده از نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفته است و روایی سازه آن با روش تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۷۱ درصد بدست آمد.

پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی: برای سنجش کارآفرینی اجتماعی از پرسشنامه استاندارد عباس عرب (۱۳۹۰) که بر اساس مدل دیز^۳ (۱۹۹۸) طراحی شده است استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۴۳ گویه است و در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت تهیه شده است. مؤلفه‌های این پرسشنامه شامل عاملان تغییر در بخش اجتماعی، شناخت و پیگیری فرصت‌های جدید در جهت ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی، انتخاب مأموریت در راستای ایجاد و حفظ ارزش‌های اجتماعی، حضور در فرایند مستمر نوآوری، تطابق و یادگیری، فعالیت جسورانه بدون توجه به محدودیت منابع موجود، ایجاد حس مسئولیت‌پذیری در قبال نهادهای مؤثر در ایجاد نتایج، خلق سازوکارهای شبه‌بازاری جهت افزایش مسئولیت‌پذیری خود است. روایی محتوایی پرسشنامه کارآفرینی اجتماعی با استفاده از نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفته است

1. Nahapiet & Ghoshal
 2. Margaret Hill
 3. Dees
 3. Sharon Lawson

و روایی سازه با روش تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. پایایی این پرسشنامه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۹۴ درصد بدست آمد.

پرسشنامه مدیریت دانش: برای سنجش این متغیر از پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش استفاده گردید که توسط شرون لاوسون^۴ (۲۰۰۳) ساخته شده بود. این پرسشنامه دارای ۲۴ گویه است و در مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت تهیه شده است. روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفته است و روایی سازه با روش تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ محاسبه گردید.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از آزمون‌های همبستگی و مدل معادلات ساختاری توسط نرم افزار آماری SPSS 24 و LISREL 8.8 استفاده شد.

یافته‌ها

از ۲۰۰ پرسشنامه جمع‌آوری شده، جنسیت ۸۸ نفر (۴۳/۱ درصد) زن و ۱۱۶ نفر (۵۶/۹ درصد) مرد بوده است. از نظر مدرک تحصیلی ۱۵ نفر (۷/۸۴ درصد) دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۳ نفر (۲/۹ درصد) دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم، ۳۰ نفر (۲۹/۴ درصد) دارای مدرک تحصیلی لیسانس، ۱۱۵ نفر (۵۶/۴ درصد) دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و ۸ نفر (۳/۹ درصد) دارای مدرک تحصیلی دکترا بودند.

در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی ارائه شده است. شاخص‌های میانگین و انحراف استاندارد متغیرها نشانگر پراکندگی مناسب داده‌ها و شاخص‌های چولگی و کشیدگی حاکی از طبیعی بودن توزیع متغیرهای پژوهش است. در مدل‌یابی علی، توزیع متغیرها باید نرمال باشد. قدر مطلق چولگی و قدر مطلق کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد. با توجه به جدول ۱ قدر مطلق چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها کمتر از مقادیر مطرح است. بنابراین پیش فرض مدل‌یابی علی یعنی نرمال بودن تک متغیری برقرار است.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
سرمایه اجتماعی	۱۸۸/۶۰	۳۱/۴۳	۰/۵۶	۰/۳۶
مدیریت دانش	۸۰/۹۳	۱۱/۹۹	۰/۲۱	۰/۷۱
کارآفرینی سازمانی	۱۵۹/۴۴	۲۸/۴۲	-۰/۱۱	۰/۴۸
کارآفرینی اجتماعی	۱۶۵/۲۶	۲۳/۵۷	۰/۵۵	۲/۲۱

قبل از پرداختن به آزمون مدل نظری پژوهش، بین متغیرهای مدل نظری باید همبستگی معنی‌دار وجود داشته باشد. لذا در جدول ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش گزارش شده‌اند تا رابطه آنان مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به جدول ۲، رابطه معنی‌داری بین تمامی متغیرهای مدل نظری وجود دارد. بیشترین رابطه مربوط به رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی (۰/۵۸) و کمترین رابطه نیز مربوط به رابطه سرمایه اجتماعی سازمان با مدیریت دانش (۰/۳۰) است.

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیر	۱	۲	۳	۴
۱	سرمایه اجتماعی	۱			
۲	مدیریت دانش	۰/۳۰**	۱		
۳	کارآفرینی سازمانی	۰/۵۸**	۰/۳۶**	۱	
۴	کارآفرینی اجتماعی	۰/۳۵**	۰/۴۰**	۰/۵۶**	۱

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

جدول ۳. اثرات مستقیم مدل آزمون شده پژوهش

مسیر	اثر مستقیم	T	سطح معناداری
مدیریت دانش ← کارآفرینی سازمانی	۰/۲۲	۳/۳۳	۰/۰۰۱
سرمایه اجتماعی ← کارآفرینی سازمانی	۰/۵۶	۷/۴۷	۰/۰۰۱
مدیریت دانش ← کارآفرینی اجتماعی	۰/۲۵	۳/۳۷	۰/۰۰۱

۰/۰۰۱	۵/۱۳	۰/۴۱	← کارآفرینی اجتماعی	سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۱	۲/۷۶	۰/۲۲	← مدیریت دانش	سرمایه اجتماعی

با توجه به جدول ۳، اثر مستقیم مدیریت دانش (۰/۲۲) و سرمایه اجتماعی سازمان (۰/۵۶) بر کارآفرینی سازمانی مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار است. اثر مستقیم مدیریت دانش (۰/۲۵) و سرمایه اجتماعی سازمان (۰/۴۱) بر کارآفرینی اجتماعی مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار است. اثر مستقیم سرمایه اجتماعی سازمان بر مدیریت دانش (۰/۲۲) مثبت و در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار است.

جدول ۴. شاخص‌های نیکویی برازش مدل آزمون شده پژوهش

RMSEA	PNFI	AGFI	CFI	GFI	X2/d.f.
۰/۰۶	۰/۶۳	۰/۸۵	۰/۹۷	۰/۹۲	۱/۸۴

برای بررسی میزان برازش مدل آزمون شده از شاخص‌های معرفی شده توسط کلاین (۱۳۹۰) استفاده شد. این شاخص‌ها شامل X2/d.f که مقادیر کمتر از ۹ قابل پذیرش هستند، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹ نشانگر برازش مناسب الگو هستند، شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته (AGFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۸ قابل قبول هستند، شاخص برازش ایجاز (PNFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۶ نشانگر برازش مناسب الگوی هستند و مجذور میانگین مربعات خطای تقریب که مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشانگر برازش مناسب الگوی هستند. در جدول ۴ شاخص‌های برازش الگوی آزمون شده گزارش شده‌اند که با توجه به معیارهای مطرح شده، الگوی آزمون شده برازش مناسبی با داده‌های گردآوری شده دارد.

جدول ۵. نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری مربوط به فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	پارامتر استاندارد نشده	ضریب مسیر (استاندارد شده)	خطای استاندارد برآورد	t	سطح معنی داری
فرضیه اول: سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.	۰/۱۸	۰/۵۶	۰/۰۲	۷/۴۷	۰/۰۰۱
فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.	۰/۱۲	۰/۴۱	۰/۰۲	۵/۱۳	۰/۰۰۱
فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.	۰/۰۴	۰/۲۲	۰/۰۲	۲/۷۶	۰/۰۰۶
فرضیه چهارم: مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.	۰/۳۷	۰/۲۲	۰/۱۱	۳/۳۳	۰/۰۰۱
فرضیه پنجم: مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.	۰/۳۹	۰/۲۵	۰/۱۱	۳/۳۷	۰/۰۰۱
فرضیه ششم: سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد.	۰/۰۲۴	۰/۰۵	۰/۰۳	---	۰/۰۲
فرضیه هفتم: سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی	۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۰۳	---	۰/۰۳

با توجه به جدول ۵، پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (۰/۱۸) است. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۵۶) می‌باشد. آماره t این اثر نیز (۷/۴۷) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه اول پژوهش تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی سازمان، میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد.

پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی (۰/۱۲) است. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۴۱) می‌باشد. آماره t این اثر نیز (۵/۱۳) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه دوم پژوهش تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی سازمان، میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد.

پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش (۰/۰۴) است. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۲) می‌باشد. آماره t این اثر نیز (۲/۷۶) است که در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی سازمان، میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد.

پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (۰/۳۷) است. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۲) می‌باشد. آماره t این اثر نیز (۳/۳۳) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه چهارم پژوهش تأیید می‌گردد.

پارامتر استاندارد نشده اثر مستقیم مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی (۰/۳۹) است. اثر مستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۲۵) می‌باشد. آماره t این اثر نیز (۳/۳۷) است که در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه پنجم پژوهش

تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی سازمان، میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد.

پارامتر استاندارد نشده اثر غیرمستقیم سرمایه اجتماعی از طریق مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی (۰/۰۲) است. اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۰۵) می‌باشد که در سطح ۰/۰۵ مثبت و معنی‌دار است. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه ششم پژوهش تأیید می‌گردد. یعنی سرمایه اجتماعی سازمان با میانجی‌گری مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی سازمان باعث افزایش مدیریت دانش کارکنان شده و افزایش مدیریت دانش نیز باعث افزایش کارآفرینی سازمانی آنان می‌گردد.

پارامتر استاندارد نشده اثر غیرمستقیم سرمایه اجتماعی از طریق مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی (۰/۰۲) است. اثر غیرمستقیم استاندارد شده برای این مسیر (۰/۰۶) می‌باشد که در سطح ۰/۰۵ مثبت و معنی‌دار است. با توجه به این یافته‌ها، فرضیه هفتم پژوهش تأیید می‌گردد یعنی سرمایه اجتماعی سازمان با میانجی‌گری مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز تأثیر دارد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی سازمان باعث افزایش مدیریت دانش کارکنان شده و افزایش مدیریت دانش نیز باعث افزایش کارآفرینی اجتماعی آنان می‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، آموزش عالی در کشور در ابعاد مختلف پیشرفت چشمگیری داشته است؛ با این حال، یکی از ابعادی که به عنوان یکی از چالش‌های نظام آموزش عالی قابل طرح است، توانایی مراکز آموزش عالی در ایجاد و تقویت روحیه و مهارت‌های کارآفرینی در کارکنان است. اگرچه در سال‌های اخیر مباحث کارآفرینی به صورت نظری وارد برنامه‌های آموزشی شده، اما چگونگی اثرگذاری این برنامه‌ها در ایجاد توانمندی‌های لازم در کارکنان برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای کارآفرینانه موضوعی هم‌چنان در خور تأمل و بررسی است. در همین خصوص پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سرمایه اجتماعی در

کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش انجام شده است.

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی سازمان، میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های طاهری زاده و همکاران (۱۳۹۷)، اشرفیان (۱۳۹۶) منتظری و همکاران (۱۳۹۵)، فرزانه و طاهری اتاقسرا (۱۳۹۳) و بادسار و همکاران (۱۳۹۴) هم‌راستا است. نتایج پژوهش منتظری و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت، مستقیم و معناداری بر کارآفرینی سازمانی می‌گذارد. نتایج پژوهش فرزانه و طاهری اتاقسرا (۱۳۹۳) نشان داد که وجود سرمایه اجتماعی غنی و کارآمد می‌تواند به تسهیل و تقویت کارآفرینی سازمانی منجر شود. زمانی که کارکنان دانشگاه برای رسیدن به هدف مشترک در سازمان اقدام به ایجاد تعامل با یکدیگر می‌نمایند شبکه‌سازی شکل می‌گیرد و فرصتی برای تبادل نظر به وجود می‌آید. از طرفی شبکه‌سازی از عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی است؛ چون در کارآفرینی سازمانی بحث نوآوری به صورت تیم‌سازی مطرح است. رانگ^۱ (۲۰۰۵) در پژوهش خود نشان داد که بین ارتباط سازمانی و توسعه کارآفرینی سازمانی رابطه مثبتی وجود دارد (ریعی و نظریان، ۱۳۹۲، ص ۶). با در نظر گرفتن مفهوم چندمعنایی دانشگاه که محلی برای تضارب آراء و خلاقیت است، اگر ساختار اجتماعی دانشگاه منطبق با ذات دانشگاه (تعامل) باشد، فرصت‌های کارآفرینی سازمانی بیشتری از طریق شبکه‌سازی در اختیار کارکنان قرار داده می‌شود. تورکینا و همکاران (۲۰۱۳: ۱۰۸) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی یک سازمان از طریق وجود سرمایه‌های اجتماعی است. بنابراین با تقویت سرمایه‌های اجتماعی سازمان، کارآفرینی سازمانی دانشگاه نیز افزایش می‌یابد.

فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر دارد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی، میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان افزایش می‌یابد. این نتیجه با پژوهش اشرفیان (۱۳۹۶، ص ۲۱۱) که در آن نشان داد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی

اجتماعی هیئت علمی دانشگاه ارومیه اثر مستقیم دارد هم‌راستا است. در توجیه این نتایج می‌توان گفت دانشگاه به عنوان یک سیستم باز، مجموعه‌ای ترکیبی از عناصری است که با یکدیگر ارتباط پویا دارند. این مجموعه با محیط خود نیز ارتباط داشته، به طوری که محیط دانشگاه را می‌توان در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای در نظر گرفت. ویژگی‌های سرمایه اجتماعی دانشگاه است که می‌تواند دانشگاه را در جهت کارآفرینی اجتماعی هدایت کند. به‌عنوان مثال اگر سرمایه اجتماعی سازمان فردگرا باشد، مهارت‌های لازم را برای کار کردن به صورت تیمی نخواهند داشت. این افراد بیشتر به نفع خود فکر می‌کنند و فقط به افراد خانواده خود رسیدگی می‌نمایند؛ ولی اگر کارکنان سازمان جمع‌گرا باشند، یک چارچوب اجتماعی محکم به وجود خواهد آمد. ایجاد کارآفرینی اجتماعی در دانشگاه‌ها در بحران بیکاری لازم است. در این میان بحث روابط عمومی‌ها به لحاظ اعتمادسازی در میان سرمایه اجتماعی سازمان برای ایجاد کارآفرینی اجتماعی مطرح می‌شود که رفتارشان در شبکه‌سازی خیلی مهم است. روابط عمومی‌ها در سازمان می‌توانند با اعتماد در میان سرمایه اجتماعی سازمان زمینه را برای کارآفرینی اجتماعی فراهم نمایند. یادگار و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که محیط نهادهای کارآفرینی اجتماعی در فرآیند ایجاد و تشکیل سازمان‌های کارآفرینانه اجتماعی اثرگذار هستند (پیرمحمدی، صیفوری و قادری، ۱۳۹۶، ص ۶).

فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی بر مدیریت دانش کارکنان تأثیر دارد. به عبارت دیگر با افزایش سرمایه اجتماعی، میزان مدیریت دانش کارکنان افزایش می‌یابد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های استاک و عبدالمالکی (۱۳۹۳)، بردبار و زارعی (۱۳۹۲)، خیراندیش، آتشی و غلامی (۱۳۹۱) و جانسن و همکاران (۲۰۱۳) که به این نتیجه رسیدند که رابطه معناداری بین مولفه‌های سرمایه‌های اجتماعی و مدیریت دانش وجود دارد هم‌خوانی دارد. از دیدگاه ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمان است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق و تسهیم دانش کمک بسیار کند و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند.

فرضیه چهارم: مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد. به عبارت دیگر با افزایش مدیریت دانش میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان افزایش می‌یابد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۵)، اکرامی و قلمکاری (۱۳۹۵) که در آن نشان دادند مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد، هم‌راستا است. ایجاد و کسب دانش جدید می‌تواند ذخیره دانش سازمانی را تغییر دهد و مقدار کمی و کیفی دانش موجود را به منظور ایجاد ایده و نوآوری افزایش دهد. سازمان‌هایی که دانش را از برون و درون سازمان کسب می‌کنند، می‌توانند عدم اطمینان را کاهش دهند، فرصت‌های بیشتری کشف کنند و به مزیت‌های فناورانه بیشتری دست پیدا کنند و در محصولات و خدمات نوآوری ایجاد کنند (شکرالهی و کریمی، ۱۳۹۵).

فرضیه پنجم: مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر دارد. به عبارت دیگر با افزایش مدیریت دانش، میزان کارآفرینی اجتماعی کارکنان افزایش می‌یابد. در توجه این نتایج می‌توان گفت ارتباطات اجتماعی در میان کارکنان که به مدیریت و تسهیم دانش مربوط می‌شود بر خلاقیت و کارآفرینی اجتماعی کارکنان تأثیر دارد. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۵)، شکرالهی و کریمی (۱۳۹۵) که در آن نشان دادند مدیریت دانش بر کارآفرینی کارکنان تأثیر دارد، هم‌راستا است. نتایج پژوهش کیم و همکاران (۱۳۹۵) نشان داد که افراد دارای روابط اجتماعی بالا سطح بالایی از خلاقیت را به نمایش می‌گذارند (نان چن و همکاران، ۲۰۱۶). لازمه کارآفرینی اجتماعی ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی است، به طوری که کارکنان احساس کنند در محیط کاری سازمانشان تأثیرگذار هستند و بخشی از آنچه که در شغلشان اتفاق می‌افتد حاصل اندیشه و نظر خود آنها است، در این شرایط است که استقلال و خلاقیت کارکنان نیز رشد پیدا می‌کند. احساس تکلیف هم در مدیریت دانش و هم در کارآفرینی اجتماعی مهم است. آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۳) در پژوهش خود نشان دادند رشد و توسعه بقا و سودآوری سازمان‌ها مستلزم ایجاد بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی است (لطفی جلال آبادی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۸).

فرضیه نهم: سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی باعث افزایش مدیریت دانش کارکنان شده و افزایش مدیریت دانش نیز باعث افزایش کارآفرینی سازمانی آنان می‌گردد. نتایج این فرضیه به‌طور ضمنی با پژوهش ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۵) هم‌سو است. از طرفی اعتمادسازی نیز در تشکیل سرمایه اجتماعی دانشگاه ضروری است. بنابراین با ایجاد اعتمادسازی در دانشگاه، می‌توان اقدام به افزایش سرمایه اجتماعی و متعاقباً مدیریت دانش و به دنبال آن کارآفرینی سازمانی نمود. زمانی که شبکه‌های اجتماعی در کنار مدیریت و تسهیم دانش کارکنان در سازمان باشند کارکنان در رابطه با زمینه‌هایی که آگاهی یا اطلاعات کمی دارند می‌توانند از همدیگر کمک بگیرند. سبک مدیریت و رهبری تحول‌آفرین نیز در سازمان منجر به پرورش کارآفرینی سازمانی می‌شود که باز در رهبری تحول‌آفرین عدم اصرار بر کنترل کارکنان و تأکید بر اعتماد در میان کارکنان مطرح است که این امر خود اهمیت فراوان اعتمادسازی در میان کارکنان سازمان را بیان می‌کند. دانشگاه با تقویت سرمایه اجتماعی می‌تواند مدیریت دانش کارکنان را بهبود بخشد و عملکردهای مربوط به کارآفرینی سازمانی را از طرف کارکنان ایجاد نماید.

فرضیه دهم: سرمایه اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش بر کارآفرینی اجتماعی تأثیر دارد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی سازمان باعث افزایش مدیریت دانش کارکنان شده و افزایش مدیریت دانش نیز باعث افزایش کارآفرینی اجتماعی آنان می‌شود. در توجیه این یافته‌ها می‌توان گفت سرمایه اجتماعی یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های دانشگاه است که باعث ایجاد حس همکاری در افراد می‌گردد که این امر تسهیم دانش بین کارکنان را برای رسیدن به اهداف سازمان و کارآفرینی اجتماعی تقویت می‌کند. کرمانی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که مدیریت تحول‌خواه، نیروی انسانی توانمند، ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر، حاکمیت اخلاق حرفه‌ای و روحیه و نیت کارآفرینی مهم‌ترین شرایط علی مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی است (پیر محمدی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۵). البته میزان تدین کارکنان دانشگاه در این زمینه خیلی مهم است. رفتار کارکنان در سازمان در بیشتر

مواقع تحت‌تأثیر نگرش‌هایشان است؛ زیرا دین هم از نظر محتوا و هم از نظر حضور در زندگی افراد جامعه می‌تواند حس اعتماد، مشارکت و روحیه همکاری و تعاون را تقویت کند. ایجاد امنیت شغلی، شرکت دادن کارکنان به عنوان سرمایه اجتماعی سازمان در تصمیم‌گیری و مواردی از این قبیل باعث بهبود و افزایش مدیریت دانش می‌شود که خود این امر بر ایجاد خلاقیت اقتصادی به صورت واضح و با هدف تشکیل دستاوردهای مثبت اجتماعی مبتنی بر نیازها و ارزش‌های اجتماعی مؤثر است تا کارکنان اقدام به کارآفرینی اجتماعی با نیت سود و منفعت اجتماعی (کارآفرینی یکپارچه) نمایند. دانشگاه باید بتواند با جامعه بیرونی نیز ارتباط مفید برقرار کند؛ زیرا کارآفرینی اجتماعی کارکنان متأثر از روابط اجتماعی کارکنان است. در پژوهشی رجایی پور و همکاران (۱۳۹۲، ص ۱۶۱) نشان دادند که بین سرمایه اجتماعی و تمامی مؤلفه‌های آن با گرایش به نوآوری کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

در مجموع و از برآیند نتایج بررسی حاضر به این نتیجه می‌رسیم که دانشگاه‌ها برای سازگاری با تغییرات روزافزون و کشف فرصت‌های بالقوه در عرصه علم و دانش، به کارکنانی نیاز دارند که بتوانند از طریق سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش و انتقال آن زمینه‌ساز رشد کارآفرینی سازمانی و اجتماعی باشند. لذا به نظر می‌رسد لازم است که مدیران و مسئولان دانشگاه‌ها، در راستای ارتقای کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان خود، زمینه توانمندسازی کارکنان جهت فراهم‌سازی سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش و ابعاد آن‌ها را در کارکنان ایجاد و آنان را در این زمینه جهت ظرفیت‌سازی، کارآیی، اثربخشی و شکوفایی هر چه بیشتر دانشگاه‌ها تشویق و ترغیب کنند.

در جمع‌بندی مطالب می‌توان بیان کرد که دانشگاه‌ها به عنوان متولی تولید علم و دانش در کشور، برای سازگاری با تغییرات روزافزون، سریع و پیچیده و نامطمئن محیط و کشف فرصت‌های بالقوه، به کارکنانی نیاز دارند که با به کارگیری دانش و انتقال مناسب آن زمینه‌ساز رشد کارآفرینی سازمانی و اجتماعی باشند. به‌طور کلی با توجه به یافته‌های پژوهش حاضر می‌توان این‌گونه عنوان کرد که اگر سرمایه اجتماعی و شرایط مناسب انتقال و

به کارگیری دانش در دانشگاه جاری باشد، این سازمان همپای پیشرفت و تحولات جهانی می‌شود و حتی در عرصه علم و دانش پیشگام خواهد شد.

پژوهش فوق با محدودیت‌هایی مواجه بود که می‌توان به مواردی اشاره کرد: جامعه‌ی آماری این پژوهش تنها شامل کارکنان دانشگاه شیراز بوده است، لذا در تعمیم نتایج به سازمان‌های دیگر رعایت جانب احتیاط ضروری است. در این پژوهش، سایر عوامل مانند شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی، امکانات مالی و... کنترل نشده است. هم‌چنین یکی از محدودیت‌های پژوهش، تعداد زیاد ابزار جمع‌آوری اطلاعات و کمبود زمان کارکنان و گسترگی کار آنان است که می‌تواند نتایج تحقیق را تحت‌تأثیر قرار دهند و باید در تفسیر و تعمیم نتایج توجه لازم و کافی صورت گیرد. با وجود محدودیت‌های فوق، در این پژوهش یک حوزه مطالعاتی جدید و عالی و در حال رشد گشوده شده است. در این راستا، برخی موضوعات در چهارچوب این مقاله برای پژوهش‌های آتی قابل شناسایی است. پیشنهادات ذیل می‌تواند بر غنای پژوهش‌های بعدی در این زمینه بیفزاید:

۱. بر اساس نتیجه فرضیه اول، پیشنهاد محقق این است که دانشگاه‌ها نسبت به انعقاد تفاهم‌نامه همکاری با سایر دستگاه‌های اجرایی به‌منظور استفاده از فضای آن‌ها در حوزه کارآفرینی سازمانی، تنظیم برنامه بازدید کارکنان از سایر دانشگاه‌های دارای کارآفرینی سازمانی اقدام نمایند.

۲. براساس فرضیه دوم پیشنهاد محقق این است موارد زیر مدنظر قرار گیرد:
با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی سازمان برای حل مسائل توانایی بالایی دارد از نظرات ارزشمند کارکنان دانشگاه در تصمیم‌گیری‌های سازمانی استفاده شود. این امر افزایش تعهد سازمانی و مسئولیت‌پذیری میان کارکنان را تضمین می‌کند. به‌عبارتی بهبود عملکرد دانشگاه در رابطه با ایجاد ساختار مشارکتی در همه ابعاد سازمان مدنظر قرار گیرد، تقویت ابعاد شناختی و رابطه‌ای سرمایه اجتماعی دانشگاه، استعدادیابی برای انتصاب افراد در مشاغل کلیدی و حذف موانع کاری در دانشگاه.

۳. با توجه به تأیید فرضیه سوم، به مدیران سازمان پیشنهاد می‌گردد از سرمایه اجتماعی برای بهبود مدیریت دانش استفاده کنند. مسئولان دانشگاه می‌توانند با ایجاد جوی مملو از

ارزش‌گذاری و پاسخ به تنوع، روحیه انتقادی، و تحمل شکست و بالا بردن انگیزه کارکنان برای تبادل و ترکیب دانش، گام‌های استواری جهت ایجاد و توسعه مدیریت دانش سازمان خود بردارند.

۴. براساس نتیجه فرضیه چهارم پیشنهاد می‌گردد که هسته‌های دانشی جهت هم‌اندیشی، ارائه نقطه نظرات و راهکارهای خلاقانه جهت بهبود فرآیندهای اجرایی تشکیل شود. فضایی مناسب فراهم آورده شود که کارکنان بتوانند با آسایش خیال و به دور از استرس‌های شغلی وظایف محوله را انجام دهند و از این طریق زمینه لازم جهت انتقال و کاربرد دانش‌های کسب شده فراهم آید.

۵. براساس فرضیه پنجم پیشنهاد می‌گردد که برنامه‌ریزی و پیگیری برای راه‌اندازی دوره‌هایی تحت عنوان پیش‌کارآفرینی اجتماعی برای کارکنان دانشگاه انجام شود و استفاده از متخصصان و کارآفرینان اجتماعی برای تدریس در کارگاه‌های کارآفرینی اجتماعی کارکنان دانشگاه در دستور کار قرار گیرد. همچنین انتصاب کارکنان و مدیران در جهت به‌کارگیری کارآفرینی باشد، یعنی مدیرانی و کارکنانی که به کارآفرینی اجتماعی و مدیریت دانش اعتقاد دارند به کار گرفته شوند.

۶. بر اساس فرضیه ششم پیشنهادات زیر مد نظر قرار گیرد:

ایجاد و گسترش فرهنگ ریسک‌پذیری و به چالش درآوردن کارکنان دانشگاه با اهدای پاداش به این افراد، حمایت دانشگاه از ایده‌ها و خلاقیت‌های کارکنان دانشگاه. استخدام متخصصان تحول اقتصادی و کارآفرین، افرادی که کارشان ایجاد رابطه با گروه‌های کسب‌وکار، شرکت‌ها در منطقه و افراد مؤثر اقتصادی است، استفاده و ترویج سبک مدیریت تحول‌آفرین با توجه به شرایط سازمان در میان مسئولان دانشگاه.

۷. بر اساس فرضیه هفتم پیشنهادات زیر مد نظر قرار گیرد:

۸. تقویت ویژگی‌های کارآفرینی اجتماعی در میان کارکنان، تنظیم برنامه‌های بازدید کارکنان از سایر دانشگاه‌های دارای کارآفرینی اجتماعی، ایجاد و توسعه روابط صحیح و سالم در میان کارکنان، ارائه پاداش‌های جمعی در قبال کارآفرینی اجتماعی کارکنان، تشکیل کمیته‌ای متخصص و مجرب برای کسب دانش جدید در زمینه کارآفرینی

اجتماعی متناسب با نیازمندی‌های سازمان به منظور انتقال دانش و اطلاعات به دست آمده به کارکنان در زمان مناسب.

منابع

- ابراهیمی، سعیده؛ زارع، هانیه و جوکار، عبدالرسول. (۱۳۹۵). بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و مدیریت دانش متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه شیراز. *فصلنامه دانش‌شناسی*، ۳۳، ۱۷-۲۶.
- استاک، روح‌الله و عبدالملکی، جمال. (۱۳۹۳). بررسی و تبیین سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۱(۱)، ۱-۲۰.
- اشرفیان، مینا. (۱۳۹۶). بررسی رابطه علی بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی اجتماعی با تأکید بر متغیر میانجی توانمندسازی روان‌شناختی اعضای هیأت علمی دانشگاه ارومیه. رساله دکتری، دانشگاه ارومیه.
- اکرامی، محمود و قلمکاری، مهان. (۱۳۹۵). ارائه مدل توسعه کارآفرینی بر پایه مدیریت دانش. *فصلنامه توسعه و تحول*، ۲۴، ۳۴-۴۳.
- بادسار، محمد؛ رضائی، روح‌الله و درینی، روح‌الله. (۱۳۹۴). بررسی اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان‌های جنوب استان کرمان. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، ۱۱(۱)، ۱۴۵-۱۶۱.
- بردبار، غلامرضا و زارعی، محبوبه. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ارتقای سطح مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۴(۲۴)، ۲۲۷-۲۴۴.
- پیر علی، علیرضا و سیادت، سعیده. (۱۳۹۳). بررسی و تبیین نقش سرمایه‌های اجتماعی در ارتقاء کارآفرینی سازمانی در ناجا. *نشریه علمی و ترویجی منابع انسانی ناجا*، ۹(۳۸)، ۸۳-۱۰۲.
- پیر محمدی، صبا؛ صیفوری، جلوه و قادری، شیوا. (۱۳۹۶). کارآفرینی اجتماعی عوامل مؤثر و نقش آن در توسعه اقتصادی (تأکید بر استان‌های کرمانشاه و کردستان). ۸-۱. اولین همایش بین‌المللی برنامه‌ریزی اقتصادی توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای رویکردها و کاربردها اردیبهشت ۱۳۹۶. دانشگاه کردستان (دانشگاه پلی تکنیک سلیمانی).

- جاوید، محمد جواد و ایزدی جیران، اصغر. (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی و وضعیت آن در ایران. چاپ اول، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- خیراندیش، مهدی؛ آتشی، سید حسین و غلامی، مهرداد. (۱۳۹۱). نقش سرمایه اجتماعی در اثربخشی مدیریت دانش. *فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت نظامی*، ۴۶، ۱۰۳-۱۳۰.
- ربیعی، علی و نظریان، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی نقش عوامل مؤثر بر موانع کارآفرینی سازمانی. *فصلنامه صنعت لاستیک ایران (علمی-ترویجی)*، (۷).
- رجایی پور، سعید؛ چوپانی، حیدر؛ زارع خلیلی، مجتبی؛ غلام زاده حجت و کاظم پور، مریم. (۱۳۹۲). نقش سرمایه اجتماعی در گرایش به نوآوری کارکنان در شرکت سهامی بیمه معلم. *فرایند مدیریت توسعه*، ۲۶(۱)، ۱۸۹-۱۶۱.
- زیویار، فرزاد؛ فراهانی، ابوالفضل و کشاورز، لقمان. (۱۳۹۶). بررسی و نقد کارآفرینی سازمانی با تأکید بر شناسایی محورها و موانع کارآفرینی سازمانی مورد مطالعه وزارت ورزش و جوانان. *پژوهش نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۷(۶)، ۹۱-۱۱۵.
- شکرالهی، ژاله و کریمی، فریا. (۱۳۹۵). الگوی روابط بین سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با گرایش‌های کارآفرینانه. *مدیریت بهره‌وری*، ۳۶، ۱۲۵-۱۴۰.
- صفری، سعید؛ عباسی، رضا و سلطان علی آباد، مژگان. (۱۳۹۵). شناسایی شاخص‌های ارزیابی عملکرد کارآفرینی سازمانی. *فصلنامه رشد فناوری*، (۴۶).
- طاهری زاده، آسیه؛ میر غفوری، سید حبیب‌الله و ناصر صدر آبادی، علیرضا. (۱۳۹۷). رابطه سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی با استفاده از رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری. *مدیریت سلامت*، ۲۱(۷۲)، ۷۷-۸۹.
- غفاری، هادی و یونسی، علی. (۱۳۸۹). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور اراک. *فصلنامه علمی و پژوهشی انجمن آموزش عالی*، (۳).
- فرزانه، سیف‌الله و طاهری اتاقسرا، فخرالسادات. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه اداره آموزش و پرورش شهرستان بابل). *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی*، ۴.

فیض، داوود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی و زنگیان، سمیه. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر قابلیت‌های بازاریابی بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه شرکت مواد غذایی تهران همبرگر). *پژوهشنامه مدیریت اجرایی*، ۵(۱۰)، ۱۳۵-۱۵۶.

لطفی جلال آبادی، مصطفی؛ غلامی، محمود؛ صادقی، امیر و فرهادی، علی. (۱۳۹۴). الگوی موانع کارآفرینی سازمانی در یک مرکز صنعتی دفاعی با استفاده از مدل سه شاخگی. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۱۷.

منتظری، محمد؛ پسندی پور، ندا و علیرضایی، اسدالله. (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط منطقه ویژه اقتصادی سیرجان). *فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۴.

هاشمی، سید ضیاء. (۱۳۹۶). *سیاست فرهنگ در دانشگاه ایرانی رویکردی فرهنگی به آموزش عالی*. تهران: ناشر پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

یزدان پناه، مسعود و زبیدی، طاهره. (۱۳۹۶). تأثیر ویژگی‌های کارآفرینی بر نیت کارآفرینانه در دانشگاه رامین خوزستان. *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۸۴.

References

- Basu, S. (2012). Social capital and social entrepreneurship in the third sector: Analysing links Interdisciplinary. *Journal of contemporary Research in Business*, 4(3):386-405.
- Brancu, L., Guðmundsdóttir, S., Gligor, D., and Munteanu, V. (2015). Is culture a moderator of entrepreneurship motivation? A comparative study of Romania and Iceland. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(38), 133-147.
- Chang, M., Hung, C., Yen, C., and Tseng, T. (2009). The research on the critical success factors of knowledge management and classification, framework project in the Executive Yuan of Taiwan Government. *Expert Systems with Applications*, 9(12): 5376-5386.
- Choi, K., Poon, S., and Davis, G. (2008). Effects of knowledge management strategy on organizational performance. *A complementarity theory-based approach Omega*, 36: 235.
- Finn, O. B., and Torgeir, D. (2008). Knowledge, management in software engineering: A systematic review of studied concepts findings and research methods used. *Information and Software Technology*, 50(11): 1055-1068.

- Hou, Y., Wang, F., Li, T., and Yu, Z. (2011). Organizational commitment and creativity: the influence of thinking styles. *Annals of Economics and Finance*, 12(2), 411-431.
- Jansen, J. G., Curseu, P. L., Vermeulen, P. A., Geurts, J., and Gibcus, P. (2013). Information processing and strategic decisionmaking in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness. *International Small Business Journal*, 31(2): 192-216.
- King, W., and Chung, T. M. (2008). Knowledge management and organizational learning. *international journal of Management Science. OMEGA*. 36: 168.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*, Cengage Learning.
- Lawson, S. (2003). *Examining The Relationship between Organizational Culture and Knowledge Management*. Doctoral Dissertation, Nava Southeastern University, Proquest.
- Mohammadinezhad, S., and Sharifzadeh, M. (2017). Agricultural entrepreneurship orientation: is academic training a missing link. *Education & Training*, 59: 856- 870.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., and Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16: 277-299.
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2): 242-266.
- Nan-Chen, C. (2016). Bowling alone: American declining social capital. *Journal of democracy*, 12, 65-66.
- Stoll, D. (2003). *The sources of social capital*. In M. Hooghe and D. Stolle (Eds), *Generating social capital: civil society and institutions in comparative perspective*, New York, Palgrave Macmillan, 19-24.
- Turkina, E., Thi, M., and Thai, T. (2013). Social capital, networks, trust and immigrant entrepreneurship: a cross-country analysis. *Journal of Enterprising Communities*, 7(2): 108-124.
- Yang, J., and Liu, C. Y. (2006). New product development: An innovation diffusion perspective. *Journal of high technology management research*, 17: 17-26.

استناد به این مقاله: قاسم‌زاده علیشاهی، ابوالفضل. (۱۴۰۰). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی و اجتماعی کارکنان دانشگاه شیراز: سهم متغیر مدیریت دانش. *بازیابی دانش و نظام‌های معنایی*، ۸(۲۹)، ص ۶۷-۹۴.



Knowledge Retrieval and Semantic Systems is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.