

تبیین کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام

میترا محمدی^{۱*}، محمدامین صیادی^۲، میرحسن سیدعامری^۳

کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

تاریخ دریافت: (۹۲/۱۱/۰۴) تاریخ پذیرش: (۹۴/۰۱/۳۰)

The Determination of organizational entrepreneurship based on social capital components in Youth and Sports general office of Ilam province

Mitra Mohammadi^{*1}, Mohammad Amin Sayadi², Mir Hasan Sayed Ameri³

M.A. in Sport Management, Urmia University

M.A. in Sport Management, Urmia University

Associate Professor in Sport Management, Urmia University

Received: (24 June 2014)

Accepted: (19 April 2015)

Abstract

The Purpose of this research is determination of the organizational entrepreneurship based on social capital components in Youth and Sports general office of Ilam province. This research is a descriptive study based on correlation method using a sample. statistical population of this study according to information of the human resources department in (2013) is consisted of all official, contractual and contract employees of Youth and Sports Department in Ilam, included 75 people. sampling method was also based on the total number counting and non-probability. Research tools used in this study, were an organizational entrepreneurship questionnaire of Marguerite Hill (2003), with reliability of 0/85 and the second questionnaire, were Social capital with reliability of 0/85 by Mr. Mohammad Hussein, Ansari (2010). Data were analyzed by one sample T. Test, Pearson correlation and multiple regression analysis. The results showed that there are positive and significant relationship between Social capital and organizational entrepreneurship among employees. Social capital with entrepreneurship have Interconnected relationship, So that increasing each factor will enhance the other one and vice versa. This reflects that there is significant relationship between the two components.

Keywords

Ilam Province, organizational entrepreneurship, social capital

چکیده

هدف از این تحقیق، تبیین کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام می‌باشد. تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی مبتنی بر روش همبستگی با استفاده از انتخاب نمونه است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارکنان رسمی و قراردادی و پیمانی اداره کل ورزش و جوانان شهرستان ایلام می‌باشد که در سال ۱۳۹۲ براساس اطلاعات کارگزینی اداره کل، ۷۵ نفر بودند. بنابراین نمونه آماری نیز به روش نمونه‌گیری تمام شمار و غیر تصادفی انجام گرفت. برای اندازه‌گیری سنجش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه مارگریته هیل (۲۰۰۳) با پایایی ۰/۸۵ و برای سرمایه اجتماعی از پرسشنامه محمدحسین انصاری (۱۳۸۹) با پایایی ۰/۸۵ استفاده شده است. داده‌های گردآوری شده با استفاده از تی تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چند گانه تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی آنان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در یک تناسب کاملاً مستقیم سیر می‌کنند بدین صورت که افزایش در هر یک باعث افزایش در دیگری شده و به‌صورت عکس که این نشان دهنده ارتباط معنادار بین این دو مؤلفه است.

واژه‌های کلیدی

استان ایلام، سرمایه اجتماعی، کارآفری

* نویسنده مسئول: میترا محمدی

E-mail: Mitra.Mohammadi1364@yahoo.com

*Corresponding Author: Mitra Mohammadi

مقدمه

در دیدگاه‌های سنتی مدیریت، توسعه سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهمترین نقش را ایفا می‌کردند؛ اما در عصر حاضر برای توسعه، مدیران بیشتر از آنچه به سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشند، به سرمایه‌های اجتماعی نیاز دارند؛ زیرا در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثر بخشی خود را از دست می‌دهند (الوانی ۱۳۷۸). در واقع سرمایه‌های مالی، فیزیکی و انسانی بدون سرمایه اجتماعی فاقد کارایی مؤثرند و موفقیت سازمان‌ها و اثربخشی آنان با ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی در سازمان قربین شده است (فراهانی و همکاران ۱۳۹۳). به‌طور کلی سرمایه‌های اجتماعی منابع فیزیکی یا غیر فیزیکی است که در شبکه‌های کسب و کار یا درون شبکه‌های فردی به وجود می‌آید. کلمه‌ی "اجتماعی" در عنوان سرمایه‌های اجتماعی، دلالت بر این دارد که این منابع، خود دارایی‌های شخصی محسوب نشده و هیچ فردی به تنهایی مالک آن‌ها نیست زیرا در دل شبکه‌های روابط قرار گرفته‌اند (بیکر ۲۰۰۰، فوکویاما ۱۹۹۵، پوتنام ۲۰۰۰، بوردیو ۱۹۹۲). اگر بخوایم تعریفی از سرمایه‌های اجتماعی را در ارتباط با سازمان داشته باشیم، می‌توان آن را به منزله‌ی ساختار شبکه‌ای بر مبنای رابطه‌ی غیررسمی میان اعضای سازمان که میان آن‌ها اعتماد وجود دارد، تعریف کرد (دنچو ۲۰۰۶). پس سرمایه‌های اجتماعی به زندگی فرد معنا و مفهوم می‌بخشد و زندگی اجتماعی را ساده، زیبا و دل‌نشین تر می‌کند و بستر مناسبی را برای بهره‌وری سرمایه‌های انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت فراهم می‌کند و مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه‌های اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند (الوانی و میرال علی ۲۰۰۹، بیکر ۲۰۰۳). در عصر حاضر تغییرات پرشتاب محیطی، نیاز به نوآوری و خلاقیت، پیشرفت مداوم، تغییر به سوی طراحی ساختار سازمانی مسطح و منعطف، ارتباط تنگاتنگ بین سازمان و شبکه‌های مشتریان، تأمین کنندگان و رقبا ایجاد می‌کنند که سرمایه‌های اجتماعی به منزله‌ی یک شایستگی مشخص سازمانی باشد (پونتوس ۲۰۱۰، زولتان ۲۰۰۹، رحمان سرشت ۱۳۸۶). در این میان سازمانی از سرمایه‌های اجتماعی برخوردار است که کارکنان آن در مراودات با یکدیگر و در ارتباط با سازمانها و مشتریان از سهولت، سادگی و انعطاف بالایی برخوردار باشند (الوانی و میرال علی

۱۳۸۱). استون^۱ سرمایه اجتماعی را دو بعد می‌داند، بعد ساختاری بر این امر متمرکز می‌گردد که آیا کارکنان در یک سازمان با هم در ارتباط هستند یا خیر و بعد کیفیت که بر ماهیت و کیفیت این روابط متمرکز می‌شود (بولینو ۲۰۰۲). لذا مشخص است که اعتماد اجتماعی و شبکه‌ی اجتماعی، دو رکن اساسی سرمایه‌های اجتماعی است (فرکین ۲۰۰۱). ساختارهای سرمایه اجتماعی عبارتند از: سرمایه ساختاری (پیوندها و تعاملات اجتماعی): اساسی‌ترین شکل سرمایه اجتماعی بوده که منشأ پیدایش دو بعد دیگر است و الگوی کلی روابط و کنش افراد درون ساختار را تسهیل می‌کند (لئو ۲۰۰۵). سرمایه رابطه‌ای (اعتماد کردن و قابل اعتماد بودن): به انواع روابط فردی می‌پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند که کانون توجه آن بر احترام، اعتماد، امانت داری، مهربانی و صمیمیت استوار است (کلمن ۱۹۹۸). سرمایه شناختی (هنجارهای مشترک): که اظهارات، برداشت‌ها و سیستم‌های معانی مشترک در بین اعضای گروه را فراهم می‌کند (لئو و ولج ۲۰۰۵). از طرف دیگر زمانی که شرایط ایجاد سرمایه اجتماعی برای یک کارمند فراهم شود وی زمینه رشد در بسیاری از مسائل از جمله کارآفرینی در سازمان را خواهد داشت. چرا که تعاملات اجتماعی نقش مهمی در تسهیل نوآوری و خلاقیت که از جمله شاخص‌های کارآفرینی به شمار می‌رود، ایفاء می‌کند (مون ۱۹۹۹، کالیو ۲۰۱۰). هم چنین به علت نقش انکارناپذیر سرمایه اجتماعی در فعالیت‌های کارآفرینانه و ایجاد ایده‌های جدید، تأثیر این دو مفهوم بر یکدیگر قابل انکار نیست (جعفریان ۱۳۸۸، تودلینگ ۲۰۰۹). عصر حاضر، عصر کارآفرینی است و عنصر اصلی کارآفرینی سازمانی، نوآوری است و روزی نیست که از رسانه‌ها و افراد مختلف درمورد کارآفرینان سخنی به گوش ما نرسد، کسانی که در رشته کار خود تحول عمیقی ایجاد می‌کنند (علوی ۱۳۸۱، دیس ۲۰۰۲، زاها ۲۰۰۵). کارآفرینی از دو طریق به بافت اجتماعی متکی است: نخست آن که کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم اینکه کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و در نتیجه بودن یا نبودن ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار تأثیر می‌گذارند (آلیستریا ۲۰۰۲). بنابراین در چنین فضایی، کارآفرینی سازمانی می‌تواند به عنوان عامل رشد و توسعه و یکی از مهمترین شاخص‌های تاثیرگذار در

اجتماعی بر کارآفرینی " نشان دادند سرمایه اجتماعی می‌تواند باعث نوآوری، ایجاد سرمایه فکری و کارایی سازمانی شود (قلی پور ۱۳۸۷). ناهید ۱۳۹۰ رابطه بین کارآفرین و سرمایه‌های یاد شده را یک رابطه چند وجهی می‌داند که در این میان رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی دارای اهمیت ویژه‌ای است (ناهید ۲۰۱۱). جعفریان ۱۳۸۸ در بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی در گروه صنعتی سدید دریافت که عوامل غیراقتصادی نظیر شبکه روابط اجتماعی نیز می‌تواند بر پدیده کارآفرینی تأثیرگذار باشد (جعفریان ۱۳۸۸). بیدختی ۱۳۸۹ در "ارائه یک مدل نظری جهت تبیین نقش سرمایه اجتماعی به عنوان گوهری گرانبها اما کم هزینه: راهکارهای برای بهبود عملکرد اقتصادی" نشان داد، سرمایه اجتماعی اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد. به علاوه کارآفرینان مستقر در گروه‌های اجتماعی که دارای سرمایه اجتماعی بیشتری هستند، به احتمال زیاد بتوانند به طور مؤثر فرصت‌های تجاری را تخصیص داده و از آن بهره بگیرند (بیدختی ۱۳۸۹). جانسون^۱ به نقل از هادی زاده مقدم و رحیمی فیل آبادی، (۱۳۸۴) اعتقاد دارد چندین متغیر اساسی وجود دارد که می‌تواند ترویج روحیه کارآفرینی و هم چنین ایجاد یک بستر مناسب برای آن را تحت تأثیر قرار دهد که یکی از این متغیرها سرمایه اجتماعی سازمان است (هادی زاده و رحیمی ۱۳۸۴). یافته‌های پژوهش پونتوس (۲۰۱۰)، کالیو (۲۰۱۰) و آلیستر و اندرسون (۲۰۰۲) بیانگر آنست که سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت و رفتارهای نوآورانه و ریسک پذیری می‌شود که این امر در فعالیت‌های کارآفرینانه نقش مهمی دارد (آلیستریا ۲۰۰۲، کالیو ۲۰۱۰، پونتوس ۲۰۱۰). زولتان (۲۰۰۹)، تودلینگ (۲۰۰۹) و آلدریچ (۲۰۱۲) در پژوهش خود کارآفرینی از طریق شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که گرایش به سمت نوآوری در بین کارکنان تابعی از انواع روابط اجتماعی است که کارآفرینان در آن واقع شده‌اند (آلدریچ ۲۰۱۲، تودلینگ ۲۰۰۹، زولتان ۲۰۰۹). زاهرا (۲۰۰۵) در پژوهش کارآفرینی و نظم اجتماعی بیان کرد که کارآفرینی تأثیر انکارناپذیری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فناوری کشورها و مناطق مختلف دارد (زاهرا ۲۰۰۵). نتایج پژوهش هایتون (۲۰۰۵) با عنوان روند کارآفرینی شرکتها از طریق مدیریت منابع انسانی نشان داد

دستیابی به آینده مطلوب مطرح باشد (مکلین ۲۰۰۴، مورفی ۲۰۰۶). کارآفرینی سازمانی نیز از طریق توسعه شایستگی‌ها و فرصتها در درون سازمان، نوآوری، مخاطره پذیری و پیشنازی، تغییر استراتژیک و مدیریت استراتژیک تکامل یافته است و فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و همه فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خود مختار به ثمر برسد و در واقع امروزه بسیاری از سازمانهای بزرگ، کارآفرینی را به عنوان روشی برای کسب مزیت رقابتی در بلند مدت، استفاده می‌کنند (کاظمی ۱۳۹۰، سمت ۲۰۰۴، آتونکیس ۲۰۰۸، کورنوال ۱۹۹۰، کوراتکو ۲۰۰۵، کوراتکو ۲۰۰۴). در عصر ارتباطات به‌وسیله سرمایه‌های اجتماعی است که فعالیت‌های کارآفرینانه معنا می‌یابد. از دیگر سوی نیز کارآفرینی در پرورش صور گوناگون سرمایه سهیم است (ناهید ۱۳۹۰). در این میان مدیر کارآفرین سازمانی، فردی است که حیثیت شغلی خود را بر نتایج حاصل از نوآوری استوار می‌کند (سعادت ۱۳۸۶). در موضوع کارآفرینی بیشتر تحقیقات صرفاً به ویژگی‌های شخصیتی و ساختاری و موقعیت محیطی پرداخته و سرمایه اجتماعی به عنوان مهم‌ترین عامل مورد توجه قرار نگرفته است (الهی ۱۳۸۳). این در حالی است که کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌تواند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصتها، محدود یا تسهیل نماید (احمدپور ۱۳۷۸). پس افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه می‌تواند میزان بروز نوآوری و خلاقیت را در تولید کالاها و خدمات جدید را افزایش داده و کارآفرینی سازمانی را بهتر هدایت کند (علوی ۱۳۸۱). در صنعت ورزش نیز از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، باید زمینه لازم را برای توسعه کارآفرینی فراهم کرد و از طریق ایجاد توسعه کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی به پیشرفت ورزش کمک کرد. برای توسعه کارآفرینی در بخش ورزش بایستی عوامل زمینه‌ای و ساختاری مؤثر شناسایی شود و بر اساس هدفهای گوناگون کارآفرینی ورزشی برای ایجاد ساختارها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی ورزشی برنامه ریزی کرد (نصیرزاده و همکاران ۱۳۹۲). در اینجا برخی از پژوهش‌های انجام گرفته که مرتبط با بحث این تحقیق است آورده شده است. قلی پور و همکاران (۱۳۸۷) در "تأثیر سرمایه

1. jhnsn

ارتباطی اگر وجود دارد آنرا بیان کند، از طرفی این ارتباط را در اداره کل ورزش و جوانان ایلام مورد بررسی قرار داده است به امید آنکه با پیدا کردن ارتباطی مؤثر در این مورد بتواند با ایجاد کارآفرینی و بستر سازی اشتغال زایی و توسعه صنعت ورزش در این سازمان، راهکارهای نوینی را در عرصه کارآفرینی با استفاده از سرمایه اجتماعی عوامل نیروی انسانی درگیر در سازمان ورزشی ایجاد کرده و کمی از بار سنگینی بیکاری جوانان این مرزوبوم و از جمله جوانان استان محروم ایلام را کم کند.

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این پژوهش؛ توصیفی، از نوع همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کارمندان رسمی، قراردادی و پیمانی شاغل در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام با حداقل مدرک دیپلم می‌باشد، که تعداد آنها ۷۵ نفر است. به دلیل حجم کم جامعه آماری، نمونه برابر جامعه در نظر گرفته شده است. پرسشنامه بین تمامی کارکنان توزیع شد و پس از جمع آوری تعداد ۷۳ مورد از پرسشنامه‌های عودت داده شده مورد بررسی قرار گرفت. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از دو پرسشنامه استفاده شده است. یکی پرسشنامه کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل (۲۰۰۳) که دارای ۶۰ سؤال بود و هر ۱۰ سؤال از پرسشنامه مربوط به یکی از مؤلفه‌های شش گانه کارآفرینی سازمانی شامل (افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف سازمانی، وضعیت پاداش، رهبری کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه) است که ضریب پایایی آن ۰/۸۵ می‌باشد و برای سرمایه اجتماعی از پرسشنامه محمدحسین انصاری که شامل ۱۸ سؤال است که باتوجه به سه بعد ساختاری، شناختی و رابطه ای طراحی شده است و مقیاس آن نیز مقیاس لیکرت می‌باشد که پایایی این پرسشنامه نیز ۰/۸۱ بدست آمده است. در این پژوهش، برای پاسخگویی به فرضیات پژوهش از روش‌های آماری در دو سطح آمار توصیفی و آماراستنباطی استفاده شد که در آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار و در روش آمار استنباطی با توجه به نرمال بودن داده‌ها، جهت آزمون فرضیه‌ها از روش‌های پارامتری ضریب همبستگی پیرسون، آزمون تی و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده گردید.

کارآفرینی سازمانی بر پایه توانایی سازمان برای فراگیری از طریق دانش حاضر است و این فرایندها به سرمایه فکری سازمان و مخصوصاً به انسان و سرمایه اجتماعی وابسته است (هایتون ۲۰۰۵). جونز (۲۰۰۵) در پژوهش خود با عنوان بازسازی ساختاری از طریق کارآفرینی دریافت که ترکیب ویژگیهای سازمانی و ویژگیهای فردی و رویدادهای مهم، زمینه‌ای برای فرصت‌های راهبردی و اعمال کارآفرینانه فراهم می‌آورد که به همراه یادگیری سازمانی و سرمایه اجتماعی باید به نوآوری بینجامد (جونز ۲۰۰۵). روبل (۲۰۰۹)، نان چن (۲۰۰۷) و (شان ۱۹۹۸) در تحقیق خود اظهار داشتند کارآفرینان با سرمایه اجتماعی بالا مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی گسترده، موقعیت‌های اجتماعی، پیوندهای شخصی و مراجع، بیش از کارآفرینان با سرمایه اجتماعی پایین، نقدینگی دریافت می‌کنند (روبل ۲۰۰۹، نان چن ۲۰۰۷ و شان ۱۹۹۸). بر اساس پیشینه پژوهش، کارآفرینی سازمانی نیازمند توانایی سازمان برای فراگیری یک سری شاخص‌هاست که این فرایندها به انسان و سرمایه اجتماعی وابسته است. لذا امروزه در سازمان ورزش و جوانان کشور لازم است نیروهای انسانی این سازمان به نحو احسن مورد توجه قرار گیرند و عوامل مربوط به آنها از جمله عوامل کارآفرینی سازمانی را بیشتر مورد تاکید قرار داد تا بتوان نیروهای انسانی فعالی را به وجود آورد و از طرف دیگر چون خود مقوله ورزش ذاتاً کارآفرین است پس باید در تمام عرصه‌های صنعت ورزش با یک روش کاملاً "راهبردی عمل کرد. چرا که ورزش جایگاهی مناسب و متنوع برای ایجاد اشتغال و تولید فرصت‌های جدید فعالیت اقتصادی است و با شناخت زمینه‌های کارآفرینی در ورزش، می‌توان فرصت‌های جدید را به کارآفرینان و جامعه معرفی کرد تا از آن برای پیشرفت و توسعه اقتصادی - اجتماعی بهره‌گیرند. پس ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها به کارکنان کارآفرینی نیاز دارند که خلاقیت و نوآوری، استقلال طلبی، منعطف بودن، ریسک پذیری و توان کشف فرصت‌های جدید از بارزترین ویژگی‌های آنها باشد. بنابراین ایجاد بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان در عرصه ورزش، اولین قدم و اساسی‌ترین مسئله روز ادارات ورزش و جوانان استان‌ها محسوب می‌شود. از این رو با توجه به اهمیت بالای سرمایه اجتماعی و مؤلفه کارآفرینی سازمانی، محقق این را ضروری دانسته که بین این دو متغیر

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد، آزمون تی و ضریب همبستگی متقابل عوامل کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی

کارآفرینی سازمانی	میانگین وضعیت موجود	انحراف استاندارد	حجم نمونه	ضریب همبستگی	مقدار تی	سطح معنی داری
افعال سازمانی	۳/۱۷	۰/۵۶	۷۳	۰/۷۱۴	۶۷/۰۱	۰/۰۰۱
نگرش فردی	۳/۲۲	۰/۵	۷۳	۰/۲۳۴	۵۷/۵۴	۰/۰۰۳
انعطاف سازمانی	۲/۳۲	۰/۵۱	۷۳	۰/۶۴۱	۷۱/۲	۰/۰۳۳
وضعیت پاداش	۱/۱۴	۰/۶	۷۳	۰/۱۷۱	۶۱/۷۳	۰/۰۰۱
رهبری کارآفرینانه	۲/۱	۰/۵۵	۷۳	۰/۷۱۸	۵۶/۷۶	۰/۰۴۵
فرهنگ کارآفرینانه	۲/۷۸	۰/۷۶	۷۳	۰/۷۵۳	۶۷/۶۲	۰/۰۰۱
سرمایه اجتماعی	۲/۰۱	۰/۷۹	۷۳	۰/۸۷۹	۷۸/۰۲	۰/۰۰۱

پاداش کارآفرینی سازمانی با میانگین بسیار پایین ۱،۱۴ دیده می‌شود. در ادامه با توجه به نتایج جدول فوق، سطح معناداری تمامی متغیرها و ابعاد کارآفرینی سازمانی در آزمون همبستگی پیرسون از عدد ۰/۰۵ کمتر شده، بنابراین نتیجه می‌گیریم که بین تمامی متغیرهای کارآفرینی سازمانی کارکنان با سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معنی دار وجود دارد. به‌طوری که افزایش یا کاهش در هر کدام از مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی تأثیر مستقیمی بر سرمایه اجتماعی دارد که این نشان از تعامل بالای این دو مقوله و ارتباط تنگاتنگ آنهاست.

جدول ۲. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه رابطه هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی

متغیرهای پیش بین	متغیر ملاک	F	P	R	R ²	B	T	ρ
سرمایه رابطه‌ای	کارآفرینی		۰/۰۰۱			۰/۲۶	۳/۳۹	۰/۱۶۲
سرمایه ساختاری	سازمانی	۲/۳۱		۰/۳۲	۰/۱۰	۰/۰۰۳	۰/۰۳	۰/۰۳
سرمایه شناختی						۰/۰۰۶	۰/۰۶	۰/۰۹۵

ارتباط معنی داری میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان ایلام وجود دارد. لذا می‌توان گفت سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در یک تناسب کاملاً مستقیم سیر می‌کنند بدین صورت که افزایش در هر یک باعث افزایش در دیگری شده و به‌صورت عکس. که این نشان دهنده ارتباط نسبتاً قوی این دو مؤلفه دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش پس از بحث در مورد اهمیت پرداختن به مفاهیم نوین سرمایه اجتماعی و تشریح مؤلفه‌های آن، به بررسی ارتباط آنها با عوامل مورد نیاز فرآیند کارآفرینی، پرداخته شد و در ادامه پژوهشگر به دنبال به دست آوردن نتایج پیش بینی متغیر کارآفرینی از طریق ابعاد سرمایه اجتماعی بود. نتایج

بنابر برون‌داد جدول ۱. قبل از هر چیز نیاز به این توضیح ضروری است که هر دو مؤلفه کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی در وضعیت موجود از میانگین پایینی برخوردارند که این بیانگر این مطلب است که در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام اهمیت چندانی به این دو عامل مهم داده نمی‌شود که با توجه به توضیحات ارائه شده که ذکران در مقدمه رفت، این مسئله نگران کننده بوده و ضرورت هشدار این مهم به مسئولین اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام قابل تأمل می‌باشد. این وضعیت نامناسب به طور بارز در مؤلفه وضعیت

با توجه به ضرایب F در جدول ۲ بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد (P= ۰/۰۰۱ و F= ۲/۳۱) ولی از بین مؤلفه‌های یادگیری سازمانی تنها مؤلفه سرمایه ساختاری رابطه پیش بینی کننده معنی داری با کارآفرینی سازمانی دارد (P= ۰/۰۳). لذا با توجه به ضریب همبستگی و سطح معنی داری در نگاره‌های فوق بین سه بعد (ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) با کارآفرینی سازمانی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین نمره کلی سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد (P≤0/05). درکل نتیجه حاصل از آزمون همبستگی پیرسون میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی کارکنان در جدول ۱ نشان داد که با ضریب همبستگی محاسبه شده برابر با ۰/۸۷۹ عدد معنی داری برابر با ۰/۰۰۱

بیانگر آن است که بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی در کل ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد و از بین ابعاد کارآفرینی سازمانی تمام آنها با سرمایه اجتماعی ارتباط مثبت و معناداری داشتند. هر چند می‌توان نتایج پژوهش حاضر را با برخی تحقیقات انجام شده مقایسه کرد، اما با توجه به اینکه تحقیقات و آموزش در زمینه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی به خصوص در زمینه ورزش سابقه چندانی ندارد و در واقع به دلیل تازگی موضوع در مطالعات تجربی، به فعالیت‌های مطالعاتی اندکی به صورت نظریه محدود شده است، از این رو امکان مقایسه مستقیم نتایج حاصل از این پژوهش با سایر تحقیقات وجود ندارد و این مقایسه باید با کمال احتیاط انجام شود، اما در اینجا با ذکر این مقدمه نتایج یافته اخیر با یافته‌های پتلیس (۲۰۱۰)، هایتون (۲۰۰۵)، زولتان (۲۰۰۹)، پونتوس (۲۰۱۰)، قلی پور و هکاران (۱۳۸۷) و ناهید (۱۳۹۰) همخوانی دارد. طبق نتایج، سرمایه اجتماعی می‌تواند باعث موفقیت حرفه‌ای، کمک به جستجوی شغلی، تسهیل مبادله منابع بین واحدها، نوآوری، ایجاد سرمایه فکری و کارایی تیم‌های چند منظوره، کاهش گردش شغلی و تقویت ارتباط با عرضه کنندگان و یادگیری بین سازمانی شود. وجود سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در ارتقای کارآفرینی ایجاد می‌کند، در حال حاضر یکی از وظایف کارآفرینان اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام، افزایش مهارت کسب و ایجاد سرمایه اجتماعی می‌باشد، چرا که به‌عنوان یک سرمایه غنی در یک سازمان علاوه بر کامیابی و موفقیت سازمانی توسط کارکنانی که در آن کار می‌کنند به زندگی فردی شخص نیز معنا و مفهوم خاصی می‌بخشد و آنچه روشن است به منظور هماهنگی با موج نوین توسعه، لزوم پرداختن به منابع انسانی توانمند و ارتباطات اجتماعی فراگیر احساس می‌شود و این مساله میسر نیست مگر با پرداختن به عوامل پدید آورنده سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی. کارکنان اداره ورزش و جوانان ایلام برای موفقیت و پیشرفت در عرصه کارآفرینی باید از طریق خلاقیت و نوآوری کارکنان خود و به تبع آن سازمان خود، الگوی خاصی از سرمایه اجتماعی را با توجه به ابعادی که دارد برای خود ایجاد کنند. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت که این سازمان باید روح کارآفرینی را احیا و افزایش دهد و ساختار مناسب کارآفرینی برای سازمان ایجاد کند و به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند. باید به کارکنان سازمان آزادی‌های لازم داده شود که آنها راحت ایده‌ها و نوآوری‌های خود را بیان کنند و بعد از ابراز ایده‌های از آنها حمایت کافی به عمل آید و

همچنین امکان دسترسی آنان به منابع لازم برای نوآوری و طراحی ساختاری مناسب فراهم گردد. لذا باید قبل از هر چیز و برای رسیدن به کارآفرینی سازمانی مطلوب ابتدا شرایط پیش زمینه آن را که در اینجا عامل توجه به سرمایه اجتماعی است مد نظر داشت و بستر سازی مناسب در این راستا با تدابیر خاص مدیریتی صورت پذیرد تا منجر به کارآفرینی سازمانی شود. چرا که سرمایه‌ی اجتماعی، منجر به کاهش هزینه‌ها، بهبود جریان اطلاعات، افزایش اعتماد، ثبات و هم سویی در جهت رسیدن به اهداف مشترک می‌شود و در نتیجه، منافع فراوانی برای سازمان دارد که یکی از این نتایج، زمینه سازی لازم برای کارآفرینی است. بنابراین به وضوح مشخص است که توجه به سرمایه اجتماعی تا چه حد می‌تواند باعث رشد و پیشرفت سازمان در بسیاری از جنبه‌های سازمان از جمله کارآفرینی سازمانی شود و اهمیت به ارتباط این دو و فراهم کردن شرایط مورد نیاز برای هر دو عامل به چه میزان مسئولین را در رسیدن به هدف اصلی کمک خواهد کرد.

یافته دیگر تحقیق حاکی از آن است که از بین سه بعد سرمایه اجتماعی، سرمایه ساختاری از سایر ابعاد توانایی پیش بینی کنندگی بیشتری را برای کارآفرینی سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان ایلام داشت. نتایج یافته اخیر با یافته‌های لئو و لچ (۲۰۰۵) روبیل (۲۰۰۹)، کالیو (۲۰۱۰) و قلی پور و هکاران (۱۳۸۷) همخوانی دارد. اساسی‌ترین شکل سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری آن است و در این بعد با ایجاد ساختار سازمانی مناسب و روابط افقی و عمودی که در آن تصمیم‌گیری و کار گروهی مطرح باشد می‌توان ایده پروری، نوآوری و نهایتاً کارآفرینی را در سازمان افزایش داد و این سرمایه ساختاری است که منشأ پیدایش سرمایه رابطه‌ای و شناختی خواهد بود. بدون شبکه یا مرکزیت فیزیکی (سرمایه ساختاری) احتمال کمی وجود دارد که کارآفرینان بتوانند روابط توأم با اعتماد (سرمایه رابطه‌ای) را توسعه دهند و این امر مانع شکل‌گیری ارزش‌ها و هنجارهای مشترک در حمایت از مخاطره‌پذیری و انجام کارهای کارآفرینانه (سرمایه شناختی) می‌شود. این بعد در رابطه با ساختارها و فرآیندهای مدیریتی نظیر پاسخ‌گویی مدیران و رهبران بر اساس عملکردشان، شفافیت در تصمیم‌گیری، میزان تصمیم‌گیری و اقدام بر اساس کارگروهی و الگوی کلی روابطی را که در جوامع یافت می‌شود، می‌باشد. این بدین معنی است که با سرمایه‌گذاری و صرف وقت و زمان بیشتر در سرمایه ساختاری سازمان می‌توان انتظار داشت کارآفرینی سازمانی کارکنان بهبود و پیشرفت یابد. به عبارت

واضح‌تر، سرمایه ساختاری به عنوان یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های سازمانی می‌تواند به سازمان مطالعه شده، در ارتقاء شاخص‌های تأثیر گذار بر کارآفرینی سازمانی کارکنان کمک بسیار نماید و برای سازمان بهره‌وری و توسعه پایداری ایجاد کند. در این راستا بین کارکنان و مدیران باید اعتماد دوطرفه ایجاد شود. این نکته را نیز نباید از یاد برد که برخی کارکنان کارآفرین با درصد احتمال خیلی کمتری با خط فکری و شرایط موجود یکسان و همانند قرار می‌گیرند و در نتیجه خود را به ارزش‌ها، هنجارها و باید و نبایدهای سازمان هماهنگ نخواهند کرد. لذا باید این مطلب را ذکر کرد که سرمایه‌ی اجتماعی، پدیده‌ای مدیریت پذیر است؛ به این معنا که می‌توان آن را بر اساس سیاست‌گذاری‌ها در حوزه‌های مشخصی در سازمان بازسازی یا به فرایند شکل‌گیری آن کمک نمود. این امر در صورتی ممکن است که مدیران عالی و سیاستگذاران سازمان اطلاعات درستی از وضعیت موجود سرمایه‌ی اجتماعی در سازمان داشته باشند. سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی بالایی باشد می‌تواند با تأثیری که روی تبادل اطلاعات دارد موجب شکوفایی ایده‌های جدید در افراد، کارکنان و نیروی انسانی موجود در سازمان شود و این ایده‌های جدید باعث خلاقیت شده و این خلاقیت موجب نوآوری و کارآفرینی در سازمان می‌شود. بنابراین مدیران سازمانها در درازمدت، از طریق ایجاد شرایط مناسب برای بهره‌وری سرمایه ساختاری باید به کارآفرینی سازمانی و مؤلفه‌های آن توجه کرده و برای آنها برنامه ریزی و سرمایه‌گذاری نموده تا سازمانها بتوانند به دور از تشریفات بوروکراتیک با رقبای خود رقابت نموده و به توسعه پایدار دست یابند.

همچنین نتایج نشان داد در مجموع، امتیاز کسب شده از میزان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی کارکنان در اداره کل ورزش و جوانان ایلام دال بر کمی نمره این دو متغیر و وضعیت نامطلوب و نابسامان این مقوله در آن است که نشان‌دهنده این است که این سازمان درخصوص ارائه خدمات جدید و تشخیص، توسعه و بهره‌برداری از فرصت‌های نو در مراتب فردی، انسانی، اجتماعی و سازمانی نیاز به بازنگری دارد و همچنین نشان دهنده عدم ترفیع‌گرایی مدیران و فقدان انعطاف کافی در ساختار این سازمان است. با عنایت به زیربنای پژوهش چنین استنباط می‌شود که با توجه به پیامدهای مثبت کارآفرینی و پیامدهای منفی بی‌توجهی به آن، لازم است برنامه ریزان و متولیان در اندیشه ارتقاء کارآفرینی، نوآوری و

خلاقیت در اعضاء خود باشند. چنانچه از نتایج پژوهش مشخص است، در شاخص وضعیت پاداش و سیاست‌های تشویقی میانگین کارکنان این سازمان در سطح ضعیفی بود، به طوری که پایین‌ترین امتیاز را در بین شاخص‌های کارآفرینی کسب کرد و این نمایانگر عملکرد ضعیف نظام حاکم بر این سازمان در این شاخص است. در مجموع پیشینه کارآفرینی سازمانی نشان می‌دهد عوامل متعددی، می‌تواند در درون و بیرون سازمان باعث ارتقاء یا مانع رشد کارآفرینی شود. عوامل سازمانی که مدیریت بر روی آنها کنترل دارد و به رفتار کارآفرینانه کمک می‌کنند عبارتند از: حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش تقویت، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، نظام کنترل و نظارت آگاهانه، وضعیت انگیزش، ویژگی‌های مدیران، نظام ارتباطات، نظام پرداخت حقوق و دستمزد و غیره. بنابراین محقق با توجه به نتایج ضعیف هر دو مؤلفه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در وضعیت موجود در اداره کل ورزش و جوانان ایلام وضعیت را نگران کننده دانسته و این امر را ضروری می‌داند که در اداره کل ورزش و جوانان ایلام که رسالت عظیم پرورش و تحویل جوانان سالم را به جامعه ورزش بر دوش دارد، همانند پایان سال که به ارزیابی عملکرد کارمندان سازمان پرداخته می‌شود راهکارهای ذیل را به مرحله عمل درآورند؛ با انجام تستهای نوآوری و خلاقیت، کارکنان با خلاقیت پایین را جهت طی کردن کلاسها و دوره‌های مربوطه با برگزاری کارگاه، سمینار، همایش و دوره‌های ضمن خدمت با محوریت کارآفرینی، سرمایه انسانی و اجتماعی در ورزش ملزم کرده و یا در صورت صلاح دید از سازمان بیرون کنند، از مشاوران خارج از سازمان برای کمک کردن در امر تصمیم‌گیری و تزریق جریانی تازه از خلاقیت و نوآوری در سازمان بهره بگیرند، در استخدام افراد به اجتماعی بودن (برونگرا بودن)، قدرت بیان و تمایل گروهی آنها و همچنین قدرت خلاقیت آنها توجه نمایند و در نهایت مراقب گروههای غیر رسمی که بنابر دلایل مختلف از جمله هم‌زبان بودن، هم‌فکر بودن (سطح تحصیلات و تخصص) و گروههای دارای علاقمندیهای مشترک سیاسی، اجتماعی و فرهنگی تشکیل می‌شوند، باشند و تمام تلاش خود را برای حمایت این گروهها جهت به خدمت درآوردن آنها در راستای اهداف سازمان عملی سازند چرا که تبلور سرمایه اجتماعی می‌تواند در شکل‌گیری گروههای غیررسمی باشد که اگر این گروهها همگام با اهداف

همچنین نتایج نشان داد در مجموع، امتیاز کسب شده از میزان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی کارکنان در اداره کل ورزش و جوانان ایلام دال بر کمی نمره این دو متغیر و وضعیت نامطلوب و نابسامان این مقوله در آن است که نشان‌دهنده این است که این سازمان درخصوص ارائه خدمات جدید و تشخیص، توسعه و بهره‌برداری از فرصت‌های نو در مراتب فردی، انسانی، اجتماعی و سازمانی نیاز به بازنگری دارد و همچنین نشان دهنده عدم ترفیع‌گرایی مدیران و فقدان انعطاف کافی در ساختار این سازمان است. با عنایت به زیربنای پژوهش چنین استنباط می‌شود که با توجه به پیامدهای مثبت کارآفرینی و پیامدهای منفی بی‌توجهی به آن، لازم است برنامه ریزان و متولیان در اندیشه ارتقاء کارآفرینی، نوآوری و

آنها فرا هم کنند. با توجه به اهمیت نوآوری در محیط رقابتی و پاسخگویی به نیازهای مختلف این افراد از یک سو و نیازهای روزافزون بازار صنعت ورزش از سوی دیگر، باید شرایط سازمانی در این سازمان و سازمان‌های مرتبط دیگر به گونه‌ای فراهم شود که ضمن ایجاد نگرش مثبت نسبت به تغییر در جهت خلاقیت فردی و سازمانی، با ایجاد جو حمایتی مطلوب، افراد تشویق شوند تا ایده‌های جدیدی ارائه دهند و ایده‌های خلاقانه را به مرحله اجرا درآورند تا بتوانند سازمانی موفق و کارآفرین داشته باشند.

و رسالت سازمان باشند می‌توانند سرعت دستیابی به اهداف سازمان را چند برابر کنند و با این مهم مدیریت سازمان، اقدامات مؤثر را در ایجاد و حفظ مهم‌ترین سرمایه سازمانی در جهت کارآفرینی کارکنان سازمانی که محرک خلاقیت باشند نهادینه کرده و بدین ترتیب در درون چنین محیطی با سرعت و هزینه کمتر به اهداف سازمان دست می‌یابد. همچنین مدیران باید با معرفی الگوهای موفق سازمانی، تجلیل از کارآفرینان سازمان، کارکنان نمونه و یادآوری موفقیت، نوآوری‌های و همچنین در نظر گرفتن امتیاز نوآوری و کارآفرینی افراد در پاداش، حمایت از ایده‌های بیان شده کارکنان، ارتقاء و ترفیع آنها، موجبات روحیه خود اتکایی و خودباوری و کارآفرینی را در

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۳). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: انتشارات پردیس ۵۷.
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۷۸). نقش مدیریت در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی. ماهنامه‌ی تدبیر، شماره‌ی ۱۰۰ ص ۲۹.
- امین بیدختی، علی اکبر. نظری، ماشاالله، (۱۳۸۹): ارائه یک مدل نظری برای نهادینه سازی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی جهت بهبود عملکرد اقتصادی، فصلنامه راهبرد یاس، شماره ۱۹.
- رحمانسرشت، حسین، (۱۳۸۶)، تئوریهای سازمان و مدیریت، از تجددگرایی تا پساتجددگرایی، جلد دوم، انتشارات دوران. چاپ اول. ص ۲۸۷.
- سعادت، اسفندیار (۱۳۸۵)، مدیریت منابع انسانی، تهران، انتشارات. چاپ دهم. ص ۹۷.
- سمت زندی، رضا (۱۳۸۳). کارآفرینی سازمانی، موانع و محدودیت‌ها در سازمان، نشریه کار و جامعه، شماره ۵۹.
- عابدی، رحیم (۱۳۸۱). کاوش در کارآفرینی درون سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۵-۳۶.
- عفریان، وحید (۱۳۸۸)، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی در گروه صنعتی سدید، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اقتصادی و اداری مازندران.
- علوی، سید بابک (۱۳۸۰). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، تدبیر شماره ۱۱۶، صص ۴۰ - ۳۴.
- فراهانی ابوالفضل، کشاورز لقمان، قاسمی حمید، عزیزیان کهن نسرین (۱۳۹۳). تحلیل سرمایه اجتماعی اعضای هیأت علمی دانشکده‌های تربیت بدنی ایران پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. سال سوم. شماره ۱. صص ۱۲۷-۱۳۸.
- قلی پور، رحمت الله. مدهوشی، مهرداد. جعفریان، وحید، (۱۳۸۷)، تحلیل رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی، فصلنامه فرهنگ مدیریت، شماره ۱۷.
- کاظمی، رضامحمد (۱۳۹۰)، شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی، مجله پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم. حرکتی، سال اول، شماره ۲
- ناهید، مجتبی (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی، سایت
- www.mojtabanahid.blogfa.com2011/5/31.
- نصیرزاده عبدالمهدی، فراهانی ابوالفضل، رضایی شمس الدین، وطن دوست مریم (۱۳۹۲). ارزیابی کارآفرینی مدیران کل تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی. دوره ۲. شماره ۳ (پیاپی ۷). صص ۱۲۹-۱۴۴.
- نصیرزاده مقدم اکرم، رحیمی فیل آبادی فرج الله (۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی. چاپ نخست. تهران. انتشارات جهان. ص ۲۱۵.
- الوانی، سید مهدی و میر العلی سیدنقوی (۱۳۸۱)، سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره‌ی ۳۴ - ۳۸.

REFERENCES

- Aldrich, H. E., & Zimmer, C. (2012) "Entrepreneurship through social networks". In D.L. Sexton & R.W. Smilor (Eds.), the art and science of entrepreneurship. Cambridge, M. A: Ballinger Publishing.

- Process, Labor Market Dynamics Research Program”, Massey University, Auckland.
- Fukuyama, F. (1995), “Trust: the social virtues and the creation prosperity”, New York: Free Press, chapter 9.
 - Hayton, J. C (2005), “Promoting corporate entrepreneurship through human resource Management Practices” A review of empirical research, Human Resource Management Review, NO. 15, pp. 21-14.
 - Islam M. K: Merlo, J: Kawachi. I, Lindstrom, M., and Gerdtham U.G. (2006), “Social Capital and Health: Does Egalitarianism Matter?” International Journal for Equity in Health, Vol.5, No.3, pp.1-28.
 - Jones, O. (2005), “Manufacturing Regeneration through Corporate Entrepreneurship: Middle Managers and Organizational Innovation”. International Journal of Operations & Production Management, Vol. 25, No. 5, pp 491- 511.
 - Kallio, Anne. (2010). “Absorptive Capacity and Social Capital in Regional Innovation Systems: The Case of the Lahti Region in Finland”, Urban Studies. Edinburgh. Vol. 47, Iss. 2; pg. 303.
 - Klein, Peter G, Joseph T Mahoney, Anita M McGahan, Christos N. (2010). “Toward a theory of public entrepreneurship”. Journal of European Management Review, Vol.7, Iss 1. Pp1-15.
 - Kuratko, Donald F& Goldsby, Michael G (2004). “Corporate Entrepreneurs or Rogue Middle Managers? A Framework for Ethical Corporate Entrepreneurship” Journal of Business Ethics 55: 13–30.
 - Kuratko, Donald F& Goldsby, Michael G (2005), “Managers corporate Entrepreneurial Actions and Job satisfaction”, International
 - Alistaria R, Anderson J. (2002), “Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process”, Journal of Socio –Economics32 (2003)17-36.
 - Antoncic.Bastjan & Pordan.Igor (2008), “Alliances, Corporate technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms”, www. Elsevier.com.
 - Beyker.V. (2003)“Management and social capital”. Translation by Alvani, S.M and Rabiee M.R. Tehran, Publishing of Industrial Management organization. P: 132.
 - Bolino. Mark (2002), “citizenship behavior and creation of social capital in organizations”, academy of management review, Vol: 27. P: 22.
 - Bourdieu, p. (1992),” forms of capital, handbook of theory and research the sociology of education”. New York. Greenwood press, p: 32 – 33.
 - Coleman, J. S, (1998),” Social Capital in the Creation of Human Capital”, the American Journal of Sociology, Vol. 94, pp. S 95-S120.
 - Cornwall, J. R., and Perlman, B. (1990). “Organizational Entrepreneurship”. Homewood, IL: 17. Boston-Irvin.
 - Danchev, Alexi. (2006). “Social capital and sustainable behavior of the firm” Industrial Management & Data Systems, Vol.106, No.7, pp.953-965.
 - Dees, J. G., Emerson, J., Economy, P. (Eds.) (2002). “Strategic tools for social entrepreneurs: Enhancing the performance of your enterprising nonprofit”. New York: John Wiley & Sons, Inc.
 - Firkin Patrick, (2001), “Entrepreneurial Capital: A Resource-Based Conceptualization of the Entrepreneurial

- Robel, Steve. (2009). "How to build social Capital: Innovation early and often", (Midwest region edition). Chicago; Vol 80, Iss.26; pg. 14, 1 pgs.
- Shane, S. & Cable, D. (1998), "Social capital and the financing of new ventures, Massachusetts Institute of Technology" Submitted for Publication.
- Todtling, Franz. (2009). "Do different types of innovation rely on specific kind of knowledge interactions, Tec novation?" Amsterdam: vol. 29, Iss. 1; pg. 59.
- Ulhoi, J.P (2004). "The Social dimension of entrepreneurship" DK-8210 Aarhus V, Denmark Tec novation.
- Zahra, shaker, (2005), "Entrepreneur ship and Disciplinary scholarships: Return to the foun tainhead", in: Alvarez, Sharon A, Agrawal, Rajshree; Sorenson, Olav" 'Hand Book of Entrepreneurship research; Disciplinary Perspectives', Boston, MA.
- Zoltan j. ACS. (2009). "Innovation and Social Capital: A Cross-country Investigation", The Jena economic research papers Vol: 82. ISSN 1864-7057. E-mail:sdo2@gmu.edu.
- Todtling, Franz. (2009). "Do different types of innovation rely on specific kind of knowledge interactions, Tec novation?" Amsterdam: vol. 29, Iss. 1; pg. 59.
- Ulhoi, J.P (2004). "The Social dimension of entrepreneurship" DK-8210 Aarhus V, Denmark Tec novation.
- Zahra, shaker, (2005), "Entrepreneur ship and Disciplinary scholarships: Return to the foun tain head", in: Alvarez, Sharon A, Agrawal, Rajshree; Sorenson, Olav" 'Hand Book of Entrepreneurship research; Disciplinary Perspectives', Boston, MA.
- Entrepreneurship and Management Journal 1, pp 271-291.
- Liao, J.and Welsch H, (2005). "Roles of Social in Venture creation: Key Dimensions and Research Implications", journal small business management Vol. 43, No. 4, pp.345-362.
- Mccline, R.L. (2004). "Opportunity recognition: an exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry: Theory and practice", Tertiary Education Management, 25(2): 81-94.
- Moon, M. J. (1999), "the pursuit of managerial entrepreneurship: Does organization matter?" Public Administration Review, Vol. 59, pp.31-43.
- Murphy, J.Patrick, Liao, Jianwen, & welsch, P.Harold, (2006), "A conceptual history of entrepreneurial thought", Journal of management history. Vol. 12, No. 1. PP. 1235.
- Nan Chen, Cheng, Chung Tzeng, Lun, Ming Ou, Wei and Ti Chang, Kai (2007), " The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures," Contemporary Management Research, Vol. 3, No. 3, 213-232.
- Pitelis (2010), "toward a theory of public entrepreneurship" European Management Review, Vol.7, pp.1-15.
- Pontus Braunerhjelm, (2010), "the missing link: knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth", Small Bossiness' Economics, Vol 34, Iss.2; pg.105.
- Putnam. R, D (2000), "democracies in flux, the evolution of social capital in contemporary society", Oxford university press.

- Zoltan j. ACS. (2009). "Innovation and Social Capital: A Cross-country Investigation", The Jena economic research papers Vol: 82. ISSN 1864-7057. E-mail:sdo2@gmu.edu.