



## نقش سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش در توسعه کارآفرینی

ژاله شکراللهی<sup>۱</sup>، فریبا کریمی<sup>۲</sup>، سعید رجایی پور<sup>۳</sup>

کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)

Z\_shokrollahy@yahoo.com

<sup>۲</sup>عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)

Faribakarimi2005@yahoo.com

<sup>۳</sup>عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان، (اصفهان)

s.rajaipour@edu.ui.ac.ir

### چکیده

تغییر و تحولات گسترده امروزی و پویایی رقابت باعث شده که سازمانها به دنبال ایجاد شرایطی باشند تا بتوانند افراد خلاق و کارآفرین را هرچه بیشتر جذب، مدیریت و نگهداری کنند تا از مزایای کارآفرینی هرچه بیشتر بهره مند شوند. در عصر دانایی محوری، مدیریت دانش به مهم ترین وظیفه سازمان‌هایی تبدیل شده که به دنبال استفاده بهینه از این سرمایه ارزشمند و ناملموس هستند. اجرای موفقیت آمیز پروژه های مدیریت دانش در سازمان به ایجاد زمینه ها و شرایط مناسب و تقویت کننده ای نیاز دارد. یکی از عواملی که می تواند نقش بسیار مؤثری در تسهیل اقدامات مدیریت دانش داشته باشد، زیرساخت انسانی- اجتماعی است. در عصر حاضر برای توسعه، بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشیم به سرمایه اجتماعی نیازمندیم. افرادی که سرمایه اجتماعی را ایجاد کرده و از آن استفاده می کنند، از قدرت و نفوذ بالاتری برخوردار بوده و موفقیت های بیشتری نیز کسب می نمایند و احتمال کارآفرین شدن بیشتری دارند. سرعت تغییرات به قدری افزایش یافته که زمان موجود برای کسب تجربه و دانش در سازمان از میان رفته است. سازمان ها باید محصولات خود را متفاوت کنند یا اینکه در حداقل زمان و هزینه ممکن آن را تولید نمایند. سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش و کارآفرینی سه مفهوم اساسی و مورد نیاز سازمان ها در محیط رقابتی و پرتلاطم کنونی می باشد و به کارگیری صحیح و همزمان این سه، می تواند زمینه ساز موفقیت سازمان باشد. هدف از این مقاله، توضیح مفهوم و نقش سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با کارآفرینی می باشد.

**واژه های کلیدی:** سرمایه اجتماعی، مدیریت دانش، کارآفرینی، کارآفرین، توسعه



## مقدمه

با عنایت به این که تقویت سرمایه‌های اجتماعی در هر جامعه‌ای می‌تواند موجب ایجاد و استحکام پیوندهای اجتماعی شده و حس مشارکت و اعتماد اجتماعی را افزایش دهد، بررسی علل تقویت سرمایه اجتماعی از مسائل مهم در جوامع می‌باشد (حسین پور و معتمد نژاد، ۱۳۹۰). اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی در این است که سبب اجتماع افراد (گروه‌ها، تیم‌ها، سازمانها و ...) می‌شود و آنها را قادر می‌سازد با همکاری یکدیگر به طور موفقیت آمیز کارها را به پایان برسانند. سرمایه اجتماعی سازمانی احساس انسجام را از طریق اعتماد و همکاری ایجاد می‌نماید. عناصری از قبیل اعتماد، درک متقابل، تعهد، ثبات، ارتباطی از پیامدهای سرمایه اجتماعی است و این عوامل خود سازمان‌ها را در بازار متغیر حفظ می‌نمایند (کاوسی و کیاسی، ۱۳۸۷). اغلب شرکت‌های پیشرو در سراسر جهان به این حقیقت کاملاً واقف هستند که مهمترین عاملی که باعث برتری آنها در بازار رقابت جهانی می‌گردد، داشتن قابلیت استمرار در طراحی و عرضه محصول جدید به بازار، سریعتر و موثرتر از سایر رقبا است. امروزه، بقای سازمانی در گرو گرایش به سمت محصولات جدید و به‌کارگیری روشهایی برای ایجاد محصولات جدید موفق است. با پیشرفت فناوری، رقابتی شدن هر چه بیشتر سازمانها، پیدایش علوم و تجهیزات جدید تولیدی، تغییرات اساسی در نیازها و سلیقه مشتریان؛ تولید محصولات جدید با چالشهای جدیدی روبرو شده است. همچنین به دلیل مخاطراتی که در عرضه محصولات جدید وجود دارد، شرکتها باید پیوسته درمورد بهبود فرآیند توسعه محصولات جدید تفکر کنند (اخباری و تقوی فرد، ۱۳۸۶). دانش سازمانی و مدیریت کارآفرینی، در دنیای پرشتاب معاصر، فرصت مناسبی است برای سازمان‌هایی که به خوبی آن را نمی‌شناسند و بکار می‌گیرند. در عین حال تهدیدی جدی برای سازمان‌هایی است که به تحولات محیطی کم توجه بوده و آن را نمی‌شناسند. در حال حاضر، مدیریت دانش و مدیریت کارآفرینی یک مفهوم جدید و پرتعداد محسوب می‌شود و فرآیندی است که به سازمان کمک می‌کند تا اطلاعات و تخصص‌های مهمی را که قسمتی از حافظه سازمان هستند و معمولاً به یک حالت بدون ساختار در سازمان وجود دارند، شناسایی، انتخاب، سازماندهی، توزیع و منتقل نمایند (لاجوردی و خانابایی، ۱۳۸۶).

## سرمایه اجتماعی

عنوان سرمایه اجتماعی را نخستین بار جامعه‌شناسی به نام هانیفان در سال (۱۹۱۶) مطرح کرده بود، او در نوشته‌هایش با استمداد از مفهوم سرمایه اجتماعی، بر اهمیت توسعه جامعه برای موفقیت مدارس تاکید داشت (رنانی و دلیری، ۱۳۸۹). پس از او اولین توضیح و تفسیر یکپارچه این اصطلاح توسط بورديو در سال ۱۹۷۲ انجام شد. بورديو سرمایه اجتماعی را به عنوان مجموعه منابع بالقوه و بالفعل که به عضویت در یک گروه مرتبط میشود، تعریف می‌کند، که هر یک از اعضا با پشتیبانی از سرمایه اجتماعی فراهم میکنند (فاین، ۱۳۸۵). احتمالاً دیویی در قرن بیستم اولین کسی است که مستقیماً از تعبیر سرمایه اجتماعی استفاده کرده و به دنبال او، پوتنام سرمایه اجتماعی را به عنوان عامل ایجاد مشارکت مدنی و معیاری کلی برای اندازه‌گیری سلامت اجتماعی معرفی میکند (دانایی، ۱۳۹۰). ایده کلی سرمایه اجتماعی به سرعت به واسطه علم اقتصاد، علوم سیاسی، علوم بهداشتی و اجتماعی رشد کرده است. هسته اصلی سرمایه اجتماعی ارزش شبکه‌های اجتماعی برای اشخاص و جامعه است (الگار و همکاران، ۲۰۱۱).

لومن و فرگ (۲۰۰۹) سرمایه اجتماعی را به عنوان یک سرمایه‌گذاری در روابطی که مبادله منابع را تسهیل می‌کند، تعریف کرده اند. به باور کلمن (۲۰۰۷) همبستگی و یکپارچگی شبکه‌های اجتماعی و نیز ثبات یا نظم در ساختار و سازمان اجتماعی، سبب بروز هنجارهای اجتماعی و ایجاد سرمایه اجتماعی می‌شوند. کلمن ویژگی‌های سرمایه اجتماعی که باعث تمایز آن از سایر سرمایه‌ها می‌شود را اینگونه بیان می‌کند:

- ۱- سرمایه اجتماعی به راحتی مبادله نمی‌شود.
- ۲- سرمایه اجتماعی، دارایی شخصی هیچ فردی نیست.
- ۳- سرمایه اجتماعی نتیجه ضمنی (برآیندی) سایر فعالیت‌هاست.
- ۴- سرمایه اجتماعی در صورت استفاده‌ی بیشتر، نه تنها مستهلک نمی‌شود، بلکه افزایش نیز می‌یابد و به توسعه زیستی و بهبود زندگی روحی و روانی انسان‌ها کمک می‌کند (ترک زاده و محترم، ۱۳۹۱).

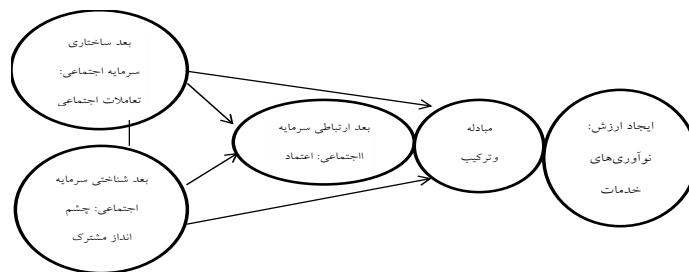


## عوامل ساخت سرمایه اجتماعی

کلمن (۱۳۷۷) عوامل ساخت سرمایه اجتماعی را در چهار دسته طبقه بندی می کند. عوامل نهادی: نهادی به معنای قانون، رسم، عرف، عادت و یا سازمانی که در زندگی سیاسی و اجتماعی مردم مؤثر واقع شده و نظام هدفداری را در جهت رفع نیازهای یک اجتماع سازمان یافته ایجاد می کن. عقلایی مانند دولت و غیر عقلایی مانند احزاب سیاسی یا تشکلهای مردمی. عوامل خود جوش: هنجارهایی که به صورت خودجوش به جای قانون و دیگر نهادهای رسمی از کنشهای متقابل اعضای یک اجتماع به وجود می آیند و ناشی از انتخابات تعمدی نیست، عوامل عقلایی که هرچند غیر عمد ولی بر اساس تفکر و تعقل صورت می گیرد مانند تنوری بازیها در اقتصاد. عوامل بیرونی: عواملی همچون دین و مذهب، ایدئولوژی و فرهنگ و تجربه تاریخی مشترک است. عوامل طبیعی: دو دسته عوامل به صورت روابط خویشاوندی و همبستگی های نژادی و قومی است. قومیت و نژاد نیز از مواردی هستند که مردم اعتقاد دارند هر دوی آنها از منابع مهم هویت اند (الوانی و شیروانی، ۱۳۸۵).

## اهمیت سرمایه اجتماعی سازمانی

سازمانهایی که به وسیله برنامه های بهبود منابع انسانی بر روی منابع انسانی خود سرمایه گذاری می کنند، نمی توانند از اهمیت نقش سرمایه اجتماعی غفلت ورزند. کارکنان خوب آموزش دیده به محیطی نیاز دارند که رشد کنند، چنین محیطی تنها به وسیله سرمایه گذاری در سرمایه اجتماعی قابل دسترسی است. سازمانها با سطح بالای سرمایه اجتماعی، توانایی مدیریت دانش بهتری دارند، به این ترتیب سرمایه اجتماعی می تواند منجر به مدیریت دانش مؤثرتر گردد و در نهایت عملکرد سازمان افزایش یابد. در سازمانهایی که سرمایه اجتماعی کم است، کنترلهای رسمی و قوانین ضرورت بیشتری می یابد. هنگامی که سرمایه اجتماعی در سازمانها کم است، ابزارهایی به کار گرفته می شود که می تواند هزینه مبادلات را افزایش دهد. به این ترتیب فقدان سرمایه اجتماعی هزینه های سازمان را افزایش می دهد (نصرافهانی و همکاران، ۱۳۹۰). در مجموع سرمایه اجتماعی سازمانی متشکل از ابعاد ساختاری (ارتباطات میان افراد)، رابطه ای (اعتماد میان افراد)، و شناختی (اهداف و ارزش های مشترک میان افراد)، در میان اعضای سازمان است. هرکدام از این ابعاد تأثیر قابل ملاحظه ای روی پیامدهای سازمانی از طریق تسهیل تبادلات انتشار دانش و عمل جمعی دارد (اندرو، ۲۰۱۰).



شکل (۱) مدل سرمایه اجتماعی و ایجاد ارزش (حسن زاده ثمرین و مقیمی، ۱۳۸۹ ص ۱۲۵)

## مدیریت دانش

مدیریت دانش رویکردی استراتژیک و سیستماتیک برای ارزشمند کردن دانسته های یک سازمان است. مدیریت دانش به عنوان مفهومی که تحت آن اطلاعات به دانش کاربردی تبدیل می شود و در شکلی مناسب در دسترس افرادی قرار می گیرد که به آن نیاز دارند و برای حل مسأله آنها بکار می برند (چن و هوانگ، ۲۰۰۷). مدیریت دانش به عنوان فرآیند مشخص کردن و بهره مندی از یک مجموعه دانش در سازمان، برای کمک به سازمان برای رقابت تعریف شده است (مانور، ۲۰۰۸). اکثر این تعاریف، مدیریت دانش را به مثابه یک جریان و فرآیند، در نظر گرفته اند که نشأت گرفته از ماهیت سیال دانش است. مدیریت دانش فرآیندی پایان ناپذیر است، زیرا حرکت از داده به اطلاعات و اطلاعات به دانش هیچ گاه به پایان نمی رسد (سلیمانی، ۱۳۹۱).



جدول (۱) تعاریف مدیریت دانش (نجف بیگی و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۱۵۳)

نویسنده	تعریف مدیریت دانش
ویگ (۱۹۹۵)	مجموعه‌ای از رویکردها و فرآیندهای مشخص و معین که برای مدیریت کردن دانش طراحی می‌شوند.
نیومن (۱۹۹۷)	مجموعه‌ای از فرآیندهای خلق، حفظ و نگهداری، انتقال و به کارگیری دانش است.
شاپل و همکارانش (۱۹۹۸)	تحقیق و جستجو پیرامون تولید، تولید مجدد، توزیع و کاربرد دانش.
باک (۲۰۰۱)	برنامه مدیریتی که مجموعه‌ای از فرآیندهای دانشی نظیر کسب، خلق و تسهیم دانش را در سازمان مدیریت می‌کند.
اسکریم (۲۰۰۳)	مدیریت دانش عبارت است از مدیریت سیستماتیک و آشکار دانش که با فرآیندهای خلق، جمع آوری، سازماندهی، اشاعه و کاربرد دانش پیوند دارد.
گاندی و همکاران (۲۰۱۰)	مدیریت دانش، یک فرآیند یکپارچه و سیستماتیک در سطح سازمان است که شامل فعالیت اکتساب، خلق، ذخیره، توزیع و بکارگیری دانش به وسیله افراد و گروهها برای رسیدن به اهداف سازمانی می‌باشد.

### مزایا و اهمیت مدیریت دانش

تعیین دقیق مزایای مدیریت دانش برای سازمانها چالشی بزرگ است زیرا مزایای حاصل از مدیریت دانش چیزی ملموس یا کمی نیست و نمی‌توان هیچ رابطه علت و معلول مشخصی بین اجرای برنامه های مدیریت دانش و مزایای حاصل از آن برقرار کرد. به همین منظور باید بیشتر به سمت سنجش های کیفی رفت. اما به طور کلی، برخی افراد مزایایی را برای انجام فعالیت های مدیریت دانش بیان می کنند. انعطاف پذیری و عکس العمل سریع در برابر شرایط متغیر محیطی، استفاده بهتر از منابع انسانی و دانش موجود نزد آنها و همچنین اتخاذ تصمیمات بهتر، دستاوردهای مدیریت دانش برای سازمانهای امروزی است و برخورد هوشمندانه با منابع دانش، خود عامل مؤثر و مهمی در موفقیت سازمانها به شمار می رود. سازمانها به چند دلیل به مدیریت دانش می‌پردازند، نخستین دلیل، افزایش نوآوری در سازمان است. دلیل عمده دیگر این کار کناره‌گیری افراد و بازنشستگی آنها و بیرون رفتن دانش از سازمانها است. با شناسایی کارکنان، پیش از بازنشستگی آنان درون مایه مورد نیاز برای تشکیل حافظه سازمانی یا پایگاه دانش، از طریق فعالیت‌های مدیریت افزایش می یابد (لیبویتز، ۱۳۸۸ ص ۱۶).

### دانش و عملکرد سازمانی

اگر چه قدمت ارتباط دانش و مدیریت در سازمان به سال ۱۹۸۲ باز می‌گردد اما این پیوند در عصر اقتصاد دانش اهمیت حیاتی تری یافته است. بر این اساس، دانش باید بخشی از سرمایه های فکری و عقلانی یک سازمان شامل (اذهان کارمندان و چگونگی دانش، فرآیندها، مشتریان دانش) شود که آنها را پدید آورده اند. عوامل زمینه ساز مدیریت دانش در سازمان عبارتند از: یادگیری، رهبری، ساختار سازمان، فناوری. نقش یادگیری در اعمال نفوذ دانش به مدیریت و اداره کردن اطلاعات به منظور ایجاد دانش سازمانی و استفاده از این دانش برای ارتقا و ترویج یادگیری سازمانی و بهبود عملکرد است. بر این اساس فعالیتهای مدیریت دانش باید از حمایت آشکار مدیریت برخوردار باشند و سازمان باید به پرورش محیطی باز بپردازد که در آن اشتراک گذاری دانش، همکاری، یادگیری، توسط قدرت و توان فناوری‌های پیشرفته مورد حمایت قرار گیرد. زیر ساختهای فناوری، یکی دیگر از ارکان مدیریت دانش است که موجب ارتقا و جذب کارآمد و موثر از هر دو دانش ضمنی و آشکار و حمایت از به اشتراک گذاری دانش در کل سازمان می‌شود (چونگ و همکاران، ۲۰۱۱).

### اهمیت و ضرورت کارآفرینی

رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعه آن ، موجب گردیده است موجی از سیاستهای توسعه کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. کشورهای مختلف راه حلی را که در سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات مختلف اقتصادی و اجتماعی به آن روی آورده اند، توسعه فرهنگ کارآفرینی، انجام حمایت های لازم از کارآفرینان، ارائه آموزش های مورد نیاز به آنان و انجام تحقیقات و پژوهش‌های لازم در این زمینه بوده است (میر میران، ۱۳۸۵). کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین



در اقتصاد نقش موثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند (اجمده پورداریانی، ۱۳۸۴). سه دلیل مهم توجه به موضوع کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است. از مهم ترین محاسن راه اندازی شرکتهای کارآفرینانه، ایجاد اشتغال مولد است. به موجب یک اصل در مدیریت اگر یک نفر مستقیماً به کاری مولد گمارد شود، به طور غیر مستقیم برای حداقل سه نفر دیگر ایجاد شغل کرده است. ایجاد شغل مولد نیازمند شناسایی، خلق، استفاده از فرصتهای کارآفرینی و اشتغال موجود در جامعه می باشد و از دلایل مهم توجه به کارآفرینی محسوب می گردد (آقاجانی و گنجه خور، ۱۳۸۹). کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که در آن، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده به ظهور میرسد یا به عبارت دیگر، مجموعه فعالیتهایی میباشد که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دست یابی به نتایج نوآورانه برخوردار است (صمدآقایی، ۱۳۷۸). کارآفرینی نیروی محرکی است که نقش آن یافتن فرصتهای استفاده نشده در بازار بوده و به دنبال ایجاد تعادل جدیدی در بازار می باشد (النورم، ۲۰۰۷).

### ویژگی های افراد کارآفرین

افراد کارآفرین دارای ویژگی های زیر می باشند:

- ۱- نیاز به موفقیت یا توفیق طلبی: نیاز به موفقیت، عبارت است از تمایل به انجام کار در استاندارد عالی به قصد موفقیت در موقعیت های رقابتی. نیاز به توفیق در افرادی وجود دارد که در فعالیتهای کارآفرینانه موفق هستند. در واقع این نیاز، افراد را تحریک می کند تا کارآفرین شوند (متیوس، ۲۰۱۰). ۲- برخورداری از مرکز کنترل درونی: افراد دارای مرکز کنترل درونی، رویدادهای زندگی را به نتایج مهارت ها، ویژگی ها و رفتارهای خود نسبت می دهند (ارسلن و همکاران، ۲۰۰۹). عقیده فرد نسبت به این که وی تحت کنترل وقایع خارجی است یا داخلی، مرکز کنترل می نامند. بیشتر کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی هستند. ۳- ریسک پذیری: عبارت است از پذیرش ریسک های معتدل که می توانند با تلاش های شخصی مهار شوند. هنگام در نظر گرفتن هرگونه مخاطره، دو عنصر در ایجاد آن نقش دارند، یکی سطح درک فرد کارآفرین از مخاطره در آغاز هر فعالیت مخاطره آمیز و دیگری، احتمال شکست در صورت ناموفق بودن آن فعالیت افرادی که دارای روحیه محافظه کاری هستند، کارآفرین موفق نخواهند بود. ۴- استقلال طلبی: نیاز به استقلال، از ویژگی هایی است که به عنوان یک نیروی انگیزشی مهم برای کارآفرینان بر آن تأکید شده است. کارآفرینان بر این باورند که باید به پایه توانایی ها و شایستگی های خود متکی باشند. آنها در برابر منافع خود و سازمانشان مسئول و پاسخگو هستند. ۵- خلاقیت: درونمایه کارآفرینی، خلاقیت است. خود خلاقیت مبتنی بر اراده آدمی است. در حقیقت خلاقیت حق انتخاب و قدرت تصمیم گیری برای انتخاب است بها دادن به خلاقیت نه تنها در درازمدت باعث رشد و توسعه شرکت ها می شود، بلکه زمینه ای مناسب را برای رشد و شکوفایی استعدادها و ظرفیت های انسانی فراهم می کند. ۶- تحمل ابهام: قدرت تحمل ابهام عبارت است از پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی، توانایی ادامه حیات با دانش ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی آنکه شخص بداند آیا موفق خواهد شد یا نه مایه رشد کارآفرینان موفق، هیجانی است که از وجود چنین ابهامی ناشی می شود. امنیت شغلی و بازنشستگی برای آنان معنی ندارد (بهرنگی و طباطبایی، ۱۳۸۸).

### - موانع سازمانی کارآفرینی

رویه های اجرایی نامناسب سازمان در برخورد با اشتباهات کارکنان، برنامه ریزی بلند مدت، سبک (ساختار) مدیریت وظیفه مدار، سیاستهای تشویقی یگانه (یک شکل) برای همه، ترفیع افراد سازشکار یا موافق.



آشنا و همکاران (۱۳۸۵) به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی در یک شرکت صنعتی پرداختند. نتایج تحقیقات حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی درون سازمانی رابطه‌ای مثبت وجود دارد. به عبارتی روشن‌تر، با افزایش سرمایه اجتماعی کارآفرینی درون سازمانی افزایش می‌یابد. دموری و همکاران (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان بررسی ارتباط بین مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی از دید اعضای هیات علمی دانشگاه یزد دریافتند که ابعاد سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری با ابعاد مدیریت دانش دارد و سرمایه اجتماعی نقش به سزایی در توسعه مدیریت دانش در دانشگاه اسلامی را داراست. قادری و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی دریافتند بین مدیریت دانش و کارآفرینی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. و همچنین بین میزان کارآفرینی کارکنان بر اساس تحصیلات و سنوات خدمت تفاوت معنی داری وجود دارد.

طالقانی و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی سازمان آموزش و پرورش استان مازندران) رابطه مثبت و معناداری بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. کاسون و گیوستا (۲۰۰۷) در پژوهشی با عنوان تاثیر شبکه های اجتماعی بر کارآفرینی دریافتند شبکه های اجتماعی می توانند به کارآفرین کمک کنند تا با افراد قابل اتکا (سرمایه گذاران غیر رسمی) در تماس باشند فرد کارآفرین با عضویت فعال در این شبکه ها می تواند از منابع مالی آنها برای پیشبرد امور راه اندازی کسب و کار بهره ببرد. سوگوان و همکاران (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی دریافتند رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی وجود دارد.

#### ارتباط سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش با کارآفرینی

چنانچه سازمانی بتواند هرچه بیشتر 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 شد (چوی و همکاران، ۲۰۰۸). در عصری که تغییرات در زمینه های گوناگون به سرعت اتفاق می افتد و لازمه توسعه اقتصادی شناسایی و خلق فرصت های کارآفرینی است، جامعه ای در امرکسب و کار جلودار خواهد بود که بتواند کارآفرینی را به سمت اقتصاد دانش محوری سوق دهد (ویو و همکاران، ۲۰۰۸).. هرچه، شبکه های اجتماعی کارآفرین گسترده تر باشد، فرصتهای بیشتری شناسایی می شوند. یکی عوامل موثر در تشخیص فرصت، شبکه های اجتماعی است. این شبکه ها، کارآفرین را با منابع و فرصت های بیشتری روبرو می کند و دایره انتخاب او را گسترده تر می کند (باگواتلا، ۲۰۱۰). از سوی دیگر اهمیت سرمایه اجتماعی در موضوع کارآفرینی در این است که منابع یا دسترسی به منابع را برای کارآفرین فراهم می کند یک سطح بالا از سرمایه اجتماعی اغلب به کارآفرینان کمک می کند تا به سرمایه گذاری های مخاطره پذیر، اطلاعات کلیدی و مشتریان بالقوه دست یابند (لیو و ولش، ۲۰۰۵). در سطح گروهی سرمایه اجتماعی و به تبع آن روابط مثبت، از طریق تسهیل کنش جمعی و تبادل اطلاعات؛ طوفان مغزی و هم افزایی گروهی را به دنبال دارد که این به نوبه خود ارائه راه حل های جدید و مبتکرانه و همچنین ارتقای سطح عملکرد سازمان را منجر می شود. در واقع سرمایه اجتماعی از طریق متعهد نمودن افراد و گروه ها به یادگیری، نوآوری را در سازمان تسهیل می نماید (ژنگ، ۲۰۰۸).



## فهرست منابع

- آشنا م، تسلیمی م، منوریان ع، ۱۳۸۵. بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی، فصلنامه فرهنگ مدیریت، ۴ (۱۴): ۲۷-۵۶.
- آقاجانی ح، گنجه خور ز. ۱۳۸۹. تبیین نقش ویژگیهای روانشناختی کارآفرینان بر فرآیند کارآفرینی مستقل (مورد مطالعه: کارآفرینان استان مازندران). پژوهشنامه مدیریت تحول، ۲ (۴): ۱۱۸-۱۴۰.
- احمد پور داریانی م. ۱۳۸۴. کارآفرینی. چاپ چهارم، تهران: انتشارات شرکت پردیس، ۲۹۹ صفحه.
- اخباری م، تقوی فردم. ۱۳۸۶. فرآیند توسعه محصول جدید، ماهنامه تدبیر، سال ۱۸، ۱۸۴.
- الوانی م، شیروانی ع. ۱۳۸۵. سرمایه اجتماعی: مفاهیم، نظریه ها و کاربردها. چاپ اول. اصفهان: مانی، ۳۴۰ صفحه.
- بهرنگی م، طباطبایی ب. ۱۳۸۸. بررسی رابطه کارآفرینی با اثربخشی مدیران دبیرستان های دخترانه. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۳ (۳): ۶۷-۸۸.
- ترک زاده ج، محترم م. ۱۳۹۱. تدوین و ارائه الگوی یکپارچه از سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن فصلنامه پژوهشهای مدیریت انتظامی، ۳: ۴۱۴-۴۳۴.
- حسن زاده ثمرین ت، مقیمی م. ۱۳۸۹. اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. مطالعات مدیریت راهبردی، ۳: ۱۲۳-۱۴۳.
- حسین پور ج، معتمدنژاد ک. ۱۳۹۰. بررسی رابطه میزان مصرف رسانه ها و میزان سرمایه اجتماعی شهروندان تهرانی. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۶: ۱۲۹-۱۷۳.
- دانایی م. ۱۳۹۰. شکل ها نماد سرمایه اجتماعی اند، توسعه: ۹-۱۰.
- دموری د، منصوری ح، طاهری دمنه م. ۱۳۸۸. بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی. فصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۱: ۴۴-۶۲.
- رنانی م، دلیری ح. ۱۳۸۹. اثر سرمایه اجتماعی بر رشد اقتصادی: تبیین چارچوب نظری. مجله علمی - پژوهشی سیاست گذاری اقتصادی، ۴: ۲۵-۵۹.
- سلیمانی م. ۱۳۹۱. نقش متخصصان اطلاع رسانی در استقرار مدیریت دانش در دانشگاه ها. فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات مدیریت، ۴ (۱۲): ۱۰۹-۱۳۰.
- صمد آقایی ج. ۱۳۷۸. سازمان های کارآفرین، تهران: مرکز انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- فاین ب. ۱۳۸۵. سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی: اقتصاد سیاسی و دانش اجتماعی در طلیعه هزاره سوم. ترجمه سروریان م. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- قادری ا، کریم زاده ص، ناظم ف. ۱۳۸۹. بررسی رابطه مدیریت دانش و سلامت سازمانی با کارآفرینی کارکنان در سازمان تامین اجتماعی. فصلنامه پژوهش اجتماعی، ۹: ۹۰-۱۱۵.
- لاجوردی، ج. و خانابایی، ع. (۱۳۸۶). بررسی عوامل تسهیل کننده مدیریت دانش در تیم های کاری (مطالعه موردی: بانک کشاورزی). فصلنامه دانش مدیریت، سال ۲۰، شماره ۷۶، بهار ۱۳۸۶، صص ۹۷ تا ۱۱۶.
- کاوسی ا، کیاسی ح. ۱۳۸۷. بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه کارآفرینی. پژوهشنامه شماره ۴۰. ناشر: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش های فرهنگی و اجتماعی. ۴۹-۷۶، ۲۱۱ صفحه.
- لیبویتز ج. ۱۳۸۸. مدیریت دانش: آموزه هایی از مهندسی دانش. ترجمه م حسن زاده. تهران سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، معاونت امور اداری، مالی و منابع انسانی مرکز مدارک علمی موزه، ۱۶۸ صفحه.
- میر میران ج. ۱۳۸۵. کارآفرینی جامع. چاپ اول. تهران: موسسه نشر کلمه ۳۸۴ صفحه.
- نجف بیگی ر. صرافی زاده ا. طاهری لاری م. ۱۳۹۰. پژوهش نامه مدیریت تحول، طراحی الگوی زیرساختی مورد نیاز به منظور پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۳ (۵): ۱۴۸-۱۸۰.
- نصرافهانی ع، اسماعیل انصاری م، شائمی برزکی ع، آقا حسینی ح. ۱۳۹۰. بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمانهای خدماتی استان اصفهان (با رویکرد آموزه های مدیریت در آثار سعدی). جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۲، شماره پیاپی (۴۱): ۱-۱۰۷: ۱۳۴-۱۰۷.
- Andrews R. 2010. Organizational social capital, structure and performance, Human Relations, 63(5): 583-608.
- Arslan C, Dilmac B, Hamarta E. 2009. "Coping with stress and trait anxiety in terms of locus of control: a study with Turkish university students", Social behavior and personality, 37(6): 791-800

- Bhagavatula S, Elfring T, Tilburg A V, Gerhard G V B. 2010. How Social and Human Capital Influence Opportunity Recognition and Resource Mobilization in India's Handloom Industry, *Journal of Business Venturing*, 25(3):245-260.
- Casson M, Giusta M D. 2007. Entrepreneurship and Social Capital: Analysing the Impact of Social Networks on Entrepreneurial Activity from a Rational Action Perspective. *International Small Business Journal*, 25(3): 220-244.
- Chen Y, Huang H, Liu T. 2007. An Empirical Investigation of the Knowledge Management Strategic Alignment Model, Paper presented at: IEEE international conference on Industrial Engineering and Engineering Management, Singapore international Journal Knowledge management, 2 (3): 51-68.
- Choi K, Poon S, Davis G. 2008. Effects of knowledge management strategy on organizational performance: A complementarity theory-based approach *Omega*. 36: 235.
- Chong sc, Salleh k, ahmad sns, syed ikhsan sos. 2011. km implementation in a public sector accounting organization :an empirical investigation, *jornal of knowledge management* 15,3:497-512
- Coleman J S. 2007. Social Capital in the Creation of Human Capital, 94: 95-120.
- Elenurm T. 2007. Structur of motivation and entrepreneurial orientation in future business initiatives Estonian business school review (13):62-75.
- Elgar F J, Davis C G, Wohl M J, Trites S j, Zelenski J M, Martin M S. 2011. Social capital, health and life satisfaction in 50 countries. *Journal of Health & Place*.17: 1044-1053.
- Liao J, Welsch H. 2005. Roles of Social Capital in Venture Creation: Key Dimensions and Research Implications. *Journal of Small Business Management*. 43(4) 345-362.
- Looman Su, Farrag Sh .2009. Psychometric properties and cross-cultural equivalence of the Arabic Social Capital Scale: instrument development study, *International Journal of Nursing Studies* 46 : 44-53.
- Mannor M. 2008. The hidden deception of knowledge management systems: search, Rigidity, and declining radical innovation, *Knowledge management strategies: a handbook of applied technologies*, PP:268-288.
- Matthews D R. 2010. "Performance Management: A Comparative Analysis of Peak Experience Performance and Non-peak Experience Performance in Business Leaders", Capella University.
- Soogwan D, Edmund J, Zolnik. 2011. Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management* 5(12):4961-4975.
- Taleghani M, Asgari M, Aghajanzadeh Langerodi B. 2011. Basic. The Relationship of Knowledge Management with Organizational Entrepreneurship (The case study: Organization of Education in Mazandaran Province *Appl. Sci. Res.*, 1(8)885-888.
- Wu WY, Change ML, Chen CW. 2008. "Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation", *Journal of R&D Management*, 38(3):265-277.
- Zheng W. 2008. A social capital perspective of innovation from individuals to nations: where is empirical literature directing us? *International Journal of Management Reviews*, 10(4): 1-39.