

# تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی (مورد مطالعه: شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد)

حاجیه رجبی فرجاد<sup>۱\*</sup> | رزیتا معدن کار<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۹/۰۴

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۱۲/۱۹

## چکیده

امروزه، گرایش کارآفرینانه و تمرکز بر توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها از جمله مهم‌ترین عوامل کسب مزیت‌های رقابتی پایدار برای آن‌هاست. تحقیقات متعددی، افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه را به سرمایه‌ی اجتماعی، پیوند داده‌اند. از طرفی، توجه به ظرفیت‌های سازمانی، می‌تواند در شناخت قابلیت‌های کارآفرینانه‌ی شرکت‌ها سهم داشته باشد. از این رو، پژوهش حاضر، با هدف تعیین تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی در شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد انجام شد. پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و به روش توصیفی پیمایشی انجام شد. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل تمامی کارکنان (شامل مدیران و کارمندان) شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد به تعداد ۴۰۳ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۹۷ نفر از جامعه‌ی آماری به‌عنوان حجم نمونه تعیین و به روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک گزینش شدند. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌ی استاندارد استفاده شد که روایی آن با تعیین شاخص CVR برای تمام گویه‌ها، مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز با محاسبه آلفای کرونباخ تأیید شد. داده‌های گردآوری شده در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی، تجزیه و تحلیل شدند. جهت آزمون فرضیه‌ها از روش معادلات ساختاری و از نرم‌افزار Smart PLS، استفاده شد. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیه‌ی اصلی این پژوهش، حاکی از آن است که سرمایه‌ی اجتماعی با میانجی‌گری ظرفیت سازمانی بر کارآفرینی شرکت، تأثیر مثبت و معناداری دارد. سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی و بر ظرفیت سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری داشته و ظرفیت سازمانی نیز بر کارآفرینی سازمانی مؤثر است.

## واژگان کلیدی:

سرمایه‌ی اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، ظرفیت سازمانی، شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد

## ۱ مقدمه

مفهوم کارآفرینی سازمانی طی سه دهه‌ی اخیر تکامل یافته و دربرگیرنده‌ی تلاش‌هایی کارآفرینانه است که به حمایت‌های سازمانی و اختصاص منابع برای اجرایی کردن فعالیت‌های نوآورانه در قالب نوآوری سازمانی، فرایندی و تولیدی احتیاج دارد (یدالهی و همکاران، ۱۳۸۸). کارآفرینی نماد تلاش و موفقیت در کسب‌وکار بوده و کارآفرینان پیشگامان کسب‌وکار موفق در جامعه‌اند. کارآفرینان از نظر رهبری، مدیریت، نوآوری، کارایی، ایجاد شغل، رقابت، بهره‌وری و تشکیل شرکت‌های جدید، سهم مهمی در رشد اقتصادی دارند. توجه به کارآفرینی در چارچوب ساختارهای اجتماعی راه را برای چشم‌اندازی وسیع درباره‌ی کارآفرینی هموار می‌کند، به‌طوری‌که توجه را به نکات مبهمی که کمتر مورد توجه قرار گرفته است، یعنی جنبه‌ی اجتماعی پدیده‌ی کارآفرینی جلب می‌کند. اخیراً سرمایه‌ی اجتماعی باعث بیان نظریه‌هایی شده که پایه‌ای برای سایر مطالعات

مدیریتی است. در غیاب سرمایه‌ی اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و پیمودن راه‌های توسعه‌ی فرهنگی و اقتصادی دشوار می‌شود (آسیکگز و گانسل، ۲۰۱۱).

در مطالعاتی که درباره‌ی کارآفرینی و کارآفرینان انجام می‌گیرد، همواره این پرسش مطرح می‌شود که لازمی کارآفرینی سازمانی چیست؟ و چگونه می‌توان آن را در سازمان نهادینه کرد و زمینه‌ی ظهور آن را در سازمان فراهم کرد؟ کارآفرینان معتقد هستند اداره کردن محیط ناسازگار در اقتصاد در حال گذر از طریق شبکه‌های ارتباطات فردی امکان‌پذیر است. زیرا اتصالات بین شبکه‌ها، دسترسی به منابع و اطلاعات را فراهم می‌کند و علاوه بر این، به یافتن مشتریان، عرضه‌کننده و سرمایه‌گذاران نیز کمک می‌کند. مبانی نظری کارآفرینی، اهمیت سرمایه‌ی اجتماعی را در درک اینکه چگونه سازمان‌ها، شبکه‌ها را خلق و آن‌ها را مدیریت می‌کنند، روشن می‌کند. در سطح فرد نیز، مطالعات

۱. نویسنده‌ی مسئول - دانشیار گروه مدیریت منابع انسانی، دانشگاه علوم انتظامی امین.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده‌ی مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد واحد تحقیقات تهران

نشان می‌دهد، شبکه‌های شخصی کارآفرین، امکان دسترسی به منبعی را که فرد به تنهایی قادر به دستیابی به آن‌ها نیست، فراهم می‌کند. در مطالعات اخیر، دانشمندان به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه‌ی اجتماعی نقش بسیار مهمی در کارآفرینی ایفا می‌کند و کارآفرینان برای موفقیت باید الگوی خاصی از سرمایه‌ی اجتماعی را ترسیم کنند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۲). در حقیقت سرمایه‌ی اجتماعی، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه‌ی انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمانی قلمداد می‌شود. مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه‌ی اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌کنند (احمدی و حوریه، ۱۳۹۰).

در کنار تمام نوآوری‌هایی که سازمان‌ها در زمینه‌ی فهم روشن از تعالی ارائه کرده‌اند، یک زاویه‌ی جدید بسیار مهم مطرح شده است که درباره‌ی نقش ظرفیت‌های سازمانی در توسعه‌ی سازمان بحث می‌کند. فهم درست این مسئله به‌ویژه به اعتبار شرایط خاص سازمان، می‌تواند افق‌های جدیدی بر روی نظام تصمیم‌گیری و تخصیص منابع سازمان باز کند و صورت‌بندی نظری آن به گونه‌ای است که از این زاویه مشکل‌دار بودن فرایندهای معطوف به تعالی در سازمان را به شکل قابل فهم‌تر و آشکارتری در معرض دید قرار می‌دهد. سازمان‌ها مرکز شکل‌گیری توانایی‌ها و ظرفیت‌های جدید هستند، افراد در سازمان‌ها، تقسیم کار و همکاری را یاد می‌گیرند. به واسطه‌ی کارکردهای سازمانی ظرفیتی پدید می‌آید که اصطلاحاً به آن‌ها ظرفیت سازمانی می‌گویند. به عبارتی، کلید اصلی توسعه ظرفیت‌های سازمانی است. یعنی کشورهای درحال توسعه ظرفیت‌های سازمانی است. به‌صورت سازمان‌یافته توانایی یادگیری و همکاری اعضا چقدر است (اسدی مرادی، ۱۳۹۲). ظرفیت سازمانی عاملی مهم و حیاتی در اجرای مؤثر برنامه‌های سازمان و همچنین به‌عنوان سرمایه‌ای در سازمان است که کیفیت و اجرای برنامه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این سرمایه می‌تواند به سمت انجام برنامه‌های خاصی هدفمند شود. در این حالت استفاده از ظرفیت‌ها در سازمان در حد بهینه قرار می‌گیرد. در غیر این صورت، این امکان وجود دارد که سطح عملکردی کاهش یابد، چون نقاط ایدئالی که لازم است بررسی شود، مورد توجه قرار نمی‌گیرد (دروین

و بورگالت، ۲۰۱۳). ظرفیت سازمانی به سازمان در رسیدن اهداف خود کمک می‌کند. سازمان‌ها برای ارتقای یادگیری، ثبات و عملکرد سازمانی نیاز به ظرفیت سازمانی دارند. طبق دیدگاه کونولی و یورک (۲۰۰۳) ظرفیت سازمانی توانایی سازمان‌ها در یادگیری مستمر و پاسخ‌دهی به تغییرات درون و بیرون سازمان است که نقش اساسی در کارایی و اثربخشی سازمانی دارد (ناهد و همکاران، ۱۳۹۵). به زعم مؤتمنی و همکاران (۱۳۸۸) سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی تسهیل‌گر ظرفیت سازمانی است (مؤتمنی و همکاران، ۱۳۸۸). فولک و همکاران (۲۰۰۵) خاطر نشان کردند که ارزش‌های اعتماد و احترام (بعدهی از سرمایه‌ی اجتماعی) سازمان‌ها را از طریق تسهیل روابط بین کارکنان و تشویق توزیع ایده‌ها در نتیجه سرمایه‌ی اجتماعی به سازمان یادگیرنده تبدیل کرده و نقش مهمی در تحقیق دانش‌آفرینی و ظرفیت سازمانی دارد. سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی و ظرفیت سازمانی با یکدیگر ارتباطی ناگسستگی دارند (آندره‌آ و همکاران، ۲۰۱۱).

براساس جست‌وجوها، در سطح کشور پژوهشی به‌صورت مدون در زمینه‌ی نقش میانجی ظرفیت سازمانی در ارتباط بین تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی انجام نگرفته است. در این پژوهش، با توجه به نظریات، تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با توجه به ظرفیت سازمانی در کشور و به‌طور ویژه سازمان بازرسی و کیفیت استاندارد بررسی می‌شود.

## ۲ ادبیات موضوع

### ۲-۱ سرمایه‌ی اجتماعی

سرمایه‌ی اجتماعی که ریشه‌ای جامعه‌شناسانه دارد، اهرمی توفیق‌آفرین و بستری مناسب برای بهره‌وری سرمایه‌ی انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود (احمدی و حوریه، ۱۳۹۰). با وجود اهمیت موضوع، یکی از مشکلات کنونی بیان تعریفی جامع از سرمایه‌ی اجتماعی است. در این زمینه، ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه‌ی اجتماعی را مجموع منابع و ارزشی در نظر گرفته‌اند که داخل شبکه‌ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشأت می‌گیرد. در تعریفی دیگر، سرمایه‌ی اجتماعی مجموعه هنجارهای

موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای جامعه و کاهش هزینه‌های تبادلات و ارتباطات میان آن‌ها می‌شود. از آنجا که سرمایه‌ی اجتماعی مرادده‌های میان اعضای سازمان را تسهیل می‌کند، منبع سازمانی از شمندی محسوب می‌شود (رضایی و دریشی، ۱۳۹۲). پونتام (۱۹۹۳-۱۹۹۸) از نظریه‌پردازان اصلی سرمایه‌ی اجتماعی است. تحقیقات عمده‌ی وی در زمینه‌ی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر نهادهای سیاسی و دموکراتیک است. وی سرمایه‌ی اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیم مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه‌ی اعضای اجتماع می‌شود و منافع متقابل و گاهی مشترک آنان را تأمین می‌کند. ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) سه جنبه متمایز برای سرمایه‌ی اجتماعی مدنظر قرار دادند:

- جنبه‌ی ساختاری شامل روابط شبکه‌ای، پیکره‌بندی روابط شبکه‌ای و سازمان مناسب، شامل الگوی پیوندهای میان اعضای گروه و ترکیب سازمان‌دهی این اعضاست. سلسله‌مراتب شبکه، تراکم و میزان همگنی گروه یا اعضای گروه از جمله شاخص‌های عمده‌ی بُعد ساختاری هستند.
- جنبه‌ی شناختی شامل زبان و اسطوره‌های مشترک، این بعد کمتر قابل اندازه‌گیری است و می‌توان آن را از ارزش‌های مشترک در میان اعضای یک گروه دانست. سرمایه‌ی شناختی به ویژگی نرم‌افزاری سرمایه‌ی اجتماعی اشاره می‌کند. مانند هنجارها، ارزش‌های مشترک، نگرش، باورها، فرهنگ شهری و جز آن.
- جنبه‌ی ارتباطی شامل اعتماد، تعهدات و انتظارات متقابل و هویت مشترک (یدالهی و همکاران، ۱۳۸۸).

## ۲-۲ کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی دربرگیرنده‌ی تلاش‌هایی کارآفرینانه است که به حمایت‌های سازمانی و اختصاص منابع برای اجرایی‌کردن فعالیت‌های نوآورانه در قالب نوآوری سازمانی و فرایندی و تولیدی احتیاج دارد (ناهاپیت و گوشال ۱۹۹۸). به‌طورکلی، کارآفرینی دربرگیرنده‌ی یک فرایند نوآوری فزاینده‌ای است که درنهایت موجب یک رخداد کارآفرینانه می‌شود (کاروانا و همکاران، ۲۰۰۲). محققان زیادی تلاش کرده‌اند که اهمیت

کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان یک راهبرد رشد و به‌عنوان ابزاری مؤثر برای دستیابی به مزایای رقابتی مطرح کنند (کوبین، ۱۹۸۵) و تلاش‌هایی نیز انجام شده است تا از طریق مطالعات تجربی، عناصر اصلی فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی شرکت‌ها بررسی و شناسایی شوند (ناهاپیت و گوشال، ۱۹۹۸). یافته‌های حاصل از چنین تحقیقاتی بیانگر این مطلب هستند که عوامل درونی سازمان با خلق یک فضای کارآفرینانه‌ی سازمانی ارتباط تنگاتنگی دارند. (زهرا، ۱۹۹۰) کارآفرینی سازمانی را فعالیت‌های رسمی و غیررسمی برای ایجاد کسب و کار جدید و توسعه‌ی بازار از طریق نوآوری در فرایند یا محصول می‌داند. این فعالیت‌ها در سطوح شرکت، بخش کسب و کار، کارکردها و پروژه‌ها انجام می‌شوند و هدف مشترک آن‌ها ارتقای موقعیت رقابتی و عملکرد مالی شرکت است. کارآفرینی سازمانی موجب تغییرات ساختاری، به چالش کشیدن فرهنگ سازمان حاکم، تشکیل گروه‌های کارآفرینانه و ایجاد دیدگاه مشترک بین کارکنان و مدیران، برای رسیدن به آرمان سازمان و درنهایت کارآفرین شدن سازمان می‌شود (زهرا، ۱۹۹۳).

ریسک‌پذیری عبارت است از قبول خطر یا پذیرفتن احتمال ضرر و زیان برای رسیدن به مقصود. ریسک‌پذیری در دو سطح فردی و سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد. ریسک‌پذیری فردی از ویژگی‌های شخصیتی و نوع نگرش فرد به ریسک و ریسک‌پذیری ناشی می‌شود. ریسک‌پذیری سازمانی نیز ناشی از فرهنگ سازمانی و سطح ریسک قابل قبول در یک سازمان بوده و میزان تأثیر ریسک‌پذیری افراد از سطح ریسک سازمان، تحت‌عنوان ریسک‌پذیری سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد. میل به خطرپذیری بستگی به شغل افراد نیز دارد (نیکوکار و همکاران، ۱۳۸۸). پیشگام بودن، فعال بودن و پیشگامی یک ویژگی شخصیتی ترکیبی است که به‌عنوان تمایل فرد برای انجام اقداماتی جهت تأثیرگذاری بر محیط، به چالش کشاندن و تغییر شرایط موجود برای رسیدن به وضع مطلوب تعریف می‌شود (آندره‌آ و همکاران، ۲۰۱۱).

رقابت تهاجمی؛ رقابت تهاجمی به‌معنای تمایل شرکت برای به چالش کشاندن رقبای خود است. رقابت تهاجمی معرف شدت تلاش‌های شرکت برای پیشروی در عملکرد و تضعیف صنعت رقباست. رقابت تهاجمی شدتی را نشان می‌دهد که

یک شرکت رقابت را انتخاب کرده و تلاش می‌کند از رقبا پیش بیفتد (ناهید و همکاران، ۱۳۹۵). منظور از رقابت تهاجمی، تمایل شرکت به مبارزه‌ی مستقیم در برابر رقبا با هدف ورود به عرصه‌ای نوین یا ارتقای جایگاه فعلی آن است. به بیان دیگر این مفهوم، حذف رقبا از گردونه‌ی رقابت بازار است. رقابت تهاجمی با ویژگی‌هایی مانند تأثیرپذیری یا واکنش‌گرایی شناخته می‌شود و گویای نوعی تمایل به غیرمعارف بودن به‌جای تکیه بر روش‌های سنتی رقابت است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۲).

## ۲-۳ ظرفیت سازمانی

ظرفیت سازمانی به توانمندی‌های، قابلیت‌ها و زیرساخت‌های ملموس و ناملموس یک شرکت در جهت کسب مزیت‌های رقابتی، تقویت اثربخشی و کارآمدی عملکردی و دستیابی به اهداف از پیش تعیین‌شده‌ی سازمانی اشاره دارد. ظرفیت‌های سازمانی از جمله حیاتی‌ترین پیش‌نیازها در زمینه‌ی دستیابی به عملکرد بهینه در سازمان و دستیابی به تعالی سازمانی به شمار می‌آید (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۲). ظرفیت‌سازی عبارت است از خلق محیطی توانمند با خطمشی مناسب، چارچوب‌های قانونی و توسعه‌ی نهادی که مشتمل بر مشارکت جامعه، توسعه‌ی منابع انسانی و تقویت سیستم‌های مدیریت است (بردبار و زارعی، ۱۳۹۲).

انسجام؛ انسجام یکی از مهم‌ترین نقاط قوت سازمانی است که منجر به افزایش بهره‌وری و تحقق مطلوبیت‌های سازمان و در نتیجه استمرار حیات و موفقیت سازمان می‌شود. انسجام سازمانی ابزاری برای افزایش آمادگی سازمان در برابر تغییرات سازمانی و محیطی است (ترک‌زاده و عبدشرفی، ۱۳۹۴).

ارتباطات غیررسمی؛ روابط سازمانی به دو دسته‌ی رسمی و غیررسمی تقسیم می‌شوند. روابط غیررسمی در دل سازمان رسمی پدیدار شده و در عین حال بر آن اثر می‌گذارد. در واقع هر نوع ساختار روابط رسمی چهره‌ی دومی نیز دارد که به‌عنوان شبکه‌ی روابط غیررسمی شناخته می‌شود. بنابراین، تنها زمانی می‌توان مسائل مدیریتی سازمان‌ها را تمام و کمال درک کرد که علاوه بر ساختار رسمی سازمان از هنجارها، گروه‌بندی‌ها و روابط غیررسمی میان آن‌ها نیز آگاهی داشت. اگرچه پژوهش‌های مختلف نشان داده که

سازمان غیررسمی محدودیت‌هایی از لحاظ بازده سازمان به‌وجود می‌آورد اما شواهدی هم بیانگر آن است که سازمان غیررسمی می‌تواند نیروی سازنده‌ای برای گردش کار سازمان و وسیله‌ای برای تغییر باشد (محمدکنگرانی و غنچه‌پور، ۱۳۹۲).

میزان تمرکزگرایی؛ تمرکزگرایی سازمانی به این معنی است که مرکز ثقل تصمیم‌گیری در رأس سلسله‌مراتب هرم سازمانی قرار داشته باشد و یا به عبارتی اختیار تصمیم‌گیری در سازمان، محدود به رأس سازمان بوده و تمامی یا کمینه، اکثریت تصمیمات سازمان در رأس سازمان توسط مدیران ارشد اتخاذ شده و به سطوح سازمان و قاعده‌ی هرم سازمانی جریان یابد. به‌همان میزانی که درجه‌ی تصمیم‌گیری در رأس سازمان بیشتر باشد شدت تمرکزگرایی سازمانی نیز افزایش می‌یابد (عرب و همکاران، ۱۳۸۸).

سیستم بازخور کنترل؛ ضرورت کنترل از اجتناب‌ناپذیری تغییر در محیط بیرونی سازمان ناشی می‌شود. این تغییرات در محیط اقتصادی، سیاسی اجتماعی و فناوری سازمان وجود دارد و به علت پویایی محیط بیرونی سازمان، اجرای راهبردها بر مبنای اهداف پیش‌بینی‌شده از چالش‌های اساسی مدیریت سازمان است. ارزیابی و کنترل مهم است، زیرا سازمان با محیط پویا روبه‌رو است و در این محیط، اغلب عوامل اصلی محیط داخلی و خارجی به‌سرعت و به‌شدت تغییر می‌کنند (عرب و همکاران، ۱۳۸۸).

## ۲-۴ ارتباط سرمایه و کارآفرینی سازمانی

با بررسی رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، مشخص می‌شود روحیه‌ی کارآفرینی و کارآفرینان در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی آن‌ها نقش بسزایی داشته است (گارسیا و همکاران، ۲۰۱۸). از همین رو، در سال‌های اخیر مطالعه‌ی کارآفرینی اجتماعی به‌دلیل سهم اقتصادی- اجتماعی فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی نوپا و نقش برجسته‌ی آن در ایجاد پل بین نوآوری و بازار اهمیت کاربردی یافته است. این نقش هم در افزایش درآمد ملی و بیش از آن، در ایجاد مشاغل پویا اهمیت دارد (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴). مطالعات نشان می‌دهد از نظر برخی اقتصاددانان و صاحب‌نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصاد یک جامعه کارآفرینان هستند که در محیطی رقابتی و در شرایط عدم

تعادل جامعه را به حرکت درمی‌آورند و توسعه می‌بخشند. کارآفرینی فرایندی اجتماعی- اقتصادی است که از دو طریق به شرایط و بافت اجتماعی متکی است. اول این که کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم اینکه کارآفرینی فعالیتی اجتماعی است و در نتیجه‌ی بود یا نبود پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد. از این رو، می‌توان اذعان کرد سرمایه‌ی اجتماعی نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. زیرا همه‌ی فعالیت‌های کارآفرینی برای شروع کمینه دو سرمایه نیاز دارد: سرمایه‌ی فیزیکی و سرمایه‌ی انسانی؛ برای افزایش بهره‌وری نیازمند سرمایه‌ی دیگری به نام سرمایه‌ی اجتماعی است (اسدی و مرادی، ۱۳۹۲).

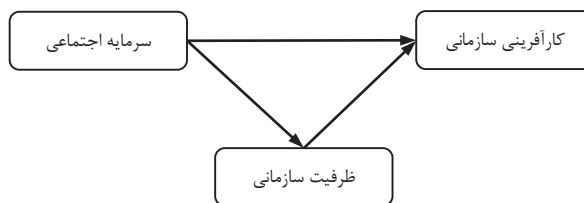
## ۲-۵ ارتباط سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی و ظرفیت سازمانی

در عصر حاضر، سازمان‌ها برای بقای خود نیاز دارند تا به‌طور مداوم از تجربیات قبلی‌شان یاد بگیرند و با تغییرات محیطی سازگار شوند. در واقع، ظرفیت سازمانی به سازمان در رسیدن اهداف خود کمک می‌کند. سازمان‌ها برای ارتقای یادگیری، ثبات و عملکرد سازمانی نیاز به ظرفیت سازمانی دارند. طبق دیدگاه کونولی و یورک (۲۰۰۳)، ظرفیت سازمانی توانایی سازمان‌ها در یادگیری مستمر و پاسخ‌دهی به تغییرات درون و بیرون سازمان است که نقش اساسی در کارایی و اثربخشی سازمانی دارد. نتایج مطالعات و تحقیقات انجام‌گرفته نشان می‌دهد که بین متغیرهای سرمایه‌ی اجتماعی و ظرفیت سازمانی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. این در حالی است که با وجود تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر ظرفیت سازمانی در داخل کشور تحقیقات جدی در این حوزه صورت نگرفته و تحقیقاتی که انجام شده است به کرات رابطه‌ی مشارکت سازمانی و ظرفیت سازمانی را برجسته کرده‌اند و در این تحقیقات به سایر ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی به‌ویژه اعتماد نهادی، توانمندسازی و اعتماد بین شخصی به‌طور جدی پرداخته نشده است. نتایج مطالعه‌ی عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)، نشان داد که اولاً، میانگین ظرفیت انطباق‌پذیری کارمندان دانشگاه تبریز در حد متوسط به بالا بوده و ثانیاً براساس نتایج تحلیل رگرسیونی به‌ترتیب اثرات ابعاد اعتماد نهادی، انسجام، اعتماد بین‌شخصی و توانمندسازی بر متغیر

وابسته (ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی) معنی‌دار بوده و متغیرهای یادشده توانسته است، ۵۵ درصد تغییرات ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی را تبیین کنند (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۲).

## ۶-۲ ارتباط ظرفیت سازمانی و کارآفرینی سازمانی

ظرفیت سازمانی، ویژگی است که از یک سو تعیین‌کننده‌ی الگوی جست‌وجوی دانش از سوی شرکت از پایگاه‌های دانشی موجود است و از سوی دیگر نمایانگر رفتار اکتشافی در مقابل رفتار بهره‌برداری سازمان‌های جویای توسعه‌ی نوآوری است (محمدکنگرانی و غنچه‌پور، ۱۳۹۲). از دیدگاه لین و همکاران (۲۰۰۶)، ظرفیت سازمانی در سه بعد مفهوم‌سازی و اندازه‌گیری شده است: دارایی، قابلیت‌های ذاتی و قابلیت پویا. ظرفیت سازمانی به‌عنوان دارایی، به معنای سطح دانش پیشین واحدهای سازمانی است و با معیارهایی مانند شدت تحقیق و توسعه و ... سنجیده می‌شود. ظرفیت سازمانی به‌عنوان قابلیت ذاتی سازمان، فرایندهای کاری محسوب می‌شود که شرکت برای تعیین، شبیه‌سازی و تبدیل و به‌کارگیری دانش به‌کارگرفته می‌شود (نیکوکار و همکاران، ۱۳۸۸). قابلیت پویا نیز به ظرفیت سازمان برای ایجاد، گسترش و بهبود منابع اشاره دارد که از قابلیت ذاتی متمایز است و توانایی‌های سازمانی برای بازسازی قابلیت‌های دیگر را مدنظر قرار می‌دهد (دروین و بورگالت، ۲۰۱۳). نتایج پژوهش بادسار و همکاران (۱۳۹۴) با روش خودگردان‌سازی نشان داد که مجموع اثر غیرمستقیم بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی و مجموع اثر غیرمستقیم بعد شناختی از طریق بعد ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی معنی‌دار بود. همچنین براساس یافته‌های تحقیق، بعد ارتباطی سرمایه‌ی اجتماعی دارای بیشترین اثر مستقیم و بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی دارای بیشترین اثر غیرمستقیم بر کارآفرینی سازمانی بود (عباس‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴).



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (منبع: ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، کیویپولد و وادی (۲۰۱۰) و دس و لامپکین (۱۹۹۷)، اقتباس شده از رودریگو و همکاران (۲۰۱۷))

براساس مدل مفهومی فوق، فرضیه‌های زیر تدوین شدند: فرضیه‌ی اول: سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه‌ی دوم: سرمایه‌ی اجتماعی بر ظرفیت سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه‌ی سوم: ظرفیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیه‌ی چهارم: سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی در شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد تأثیر دارد.

### ۳ روش‌شناسی

از آنجا که هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با توجه به میانجی ظرفیت سازمانی است، از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه‌ی گردآوری اطلاعات توصیفی و از نوع همبستگی است. جامعه‌ی آماری مطالعه‌ی حاضر شامل تمامی کارکنان (شامل مدیران و کارمندان) شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد به تعداد ۴۰۳ نفر است. از این بین، برحسب فرمول کوکران از کل جامعه‌ی آماری، ۱۹۷ نفر نمونه در نظر گرفته شده‌اند که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای- تصادفی انتخاب شده‌اند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌ی استاندارد استفاده شده است. با وجود استاندارد بودن پرسش‌نامه‌ها و استفاده مکرر آن‌ها در پژوهش‌های مختلف داخلی و خارجی مانند یدالهی فارسی و همکاران (۱۳۸۸) یادگار و همکاران (۱۳۹۳) رازنهان و همکاران (۱۳۹۵) و ارهارت و همکاران (۲۰۱۴) روایی و پایایی آن دوباره در پژوهش حاضر بررسی و تأیید شد. برای برآورد ضریب پایایی محاسبه‌ی همسانی درونی گویه‌های پرسش‌نامه در پژوهش حاضر از روش

آلفای کرونباخ استفاده شد. ضرایب پایایی پرسش‌نامه‌های سرمایه‌ی اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و ظرفیت سازمانی به ترتیب ۰٫۷۹، ۰٫۸۱ و ۰٫۸۳ به دست آمد؛ بنابراین، همه‌ی پرسش‌نامه‌ها پایایی بالایی داشتند.

### مقیاس کارآفرینی سازمانی:

این پرسش‌نامه براساس مؤلفه‌های دس و همکاران (۲۰۰۳) بود. سه بُعد ریسک‌پذیری، پیشگام‌بودن و رقابت‌تهاجمی در این پرسش‌نامه مطرح می‌شود. این پرسش‌نامه با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) کارآفرینی سازمانی را می‌سنجد. با توجه به استاندارد بودن پرسش‌نامه‌ها با طیف لیکرت، سطح سنجش شاخص‌ها کمی است. با توجه به طیف پنج‌حالتی لیکرت (۱ تا ۵) حد وسط آن یعنی ۳ میانگین مفروض در نظر گرفته شد و میانگین‌ها بر این اساس محاسبه شد.

### مقیاس سرمایه‌ی اجتماعی:

این پرسش‌نامه براساس مؤلفه‌های ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۶) بود. سه بُعد ساختاری، شناختی و ارتباطی در این پرسش‌نامه مطرح می‌شود. این پرسش‌نامه با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) سرمایه‌ی اجتماعی را می‌سنجد. با توجه به استاندارد بودن پرسش‌نامه‌ها با طیف لیکرت، سطح سنجش شاخص‌ها کمی است. با توجه به طیف پنج‌حالتی لیکرت (۱ تا ۵) حد وسط آن یعنی ۳ میانگین مفروض در نظر گرفته شد و میانگین‌ها بر این اساس محاسبه شد.

### مقیاس ظرفیت سازمانی:

این پرسش‌نامه براساس مؤلفه‌های کیویپولد و وادی (۲۰۱۰) بود. پنج بُعد انسجام، ارتباطات غیررسمی، میزان تمرکزگرایی، سیستم بازخور-کنترل، عملکرد و سازمانی در این پرسش‌نامه مطرح می‌شود. این پرسش‌نامه با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) ظرفیت سازمانی را می‌سنجد. با توجه به استاندارد بودن پرسش‌نامه‌ها با طیف لیکرت، سطح سنجش شاخص‌ها کمی است. با توجه به طیف پنج‌حالتی لیکرت (۱ تا ۵) حد وسط آن یعنی ۳ میانگین مفروض در نظر گرفته شد و میانگین‌ها بر این اساس محاسبه شد. به‌منظور بررسی روایی پرسش‌نامه‌های حاضر، با وجود

نرم افزارهای آماری Smart PLS 2 استفاده شده است.

#### ۴ یافته‌ها

الف) توصیف جمعیت‌شناختی:

از میان افراد نمونه ۶۰٫۹ درصد پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۹٫۱ درصد پاسخ‌دهندگان زن بودند. ۴۰ تا ۴۵ سال با ۳۷٫۶ درصد فراوانی، از سایر گروه‌های سنی بیشتر است. همچنین از لحاظ تحصیلات، پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی بیشترین حجم نمونه را با ۴۹٫۷ درصد به خود اختصاص دادند. که از لحاظ میزان سابقه‌ی کار، پاسخ‌دهندگان با سابقه‌ی کار ۱۰ تا ۱۵ سال بیشترین حجم نمونه را با ۴۲٫۶ درصد به خود اختصاص دادند. در جدول (۱) میانگین، انحراف معیار و نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای پژوهش آمده است.

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و نتایج آزمون اسمیرنوف-کولموگروف

آماره/متغیر	سرمایه اجتماعی	کارآفرینی سازمانی	ظرفیت سازمانی
میانگین	۴/۱۴	۳/۱۴	۴/۵۷
انحراف معیار	۰/۵۸	۰/۵۸	۰/۷۱
سطح معناداری	۰/۰۲۷	۰/۰۲۱	۰/۰۱۰

اعتبار افزونگی<sup>۲</sup> است، استفاده شده است. مقادیر مثبت این شاخص‌ها نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری است. جدول (۲) نشان می‌دهد هر کدام از متغیرها از شاخص اعتبار مناسبی برخوردار هستند چون همه‌ی مقدار جدول مثبت و بالای صفر است.

جدول ۲: شاخص‌های اعتبار مدل

متغیر	شاخص بررسی اعتبار اشتراک	شاخص بررسی اعتبار افزونگی
سرمایه اجتماعی	۰/۳۲۲	۰/۰۱۶
کارآفرینی سازمانی	۰/۳۸۰	-
ظرفیت سازمانی	۰/۳۱۷	۰/۲۷۲

$$GOF = \sqrt{0.339 \times 0.868} = 0.542$$

با توجه به سه مقدار ۰٫۰۱، ۰٫۲۵ و ۰٫۳۶ که به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است (Wetzels et al, 2009, p.85). حصول مقدار ۰٫۵۴۲ برای این معیار نشان از برازش مناسب مدل کلی تحقیق است.

#### نتایج آزمون فرضیات

خروجی حاصل از مدل معادلات ساختاری در شکل (۱)

استاندارد بودن ابزارها و استفاده‌ی مکرر آن‌ها در پژوهش‌های داخلی و خارج کشور، داده‌های حاصل از اجرای این مقیاس در گروه نمونه‌ی تحلیل، عاملی شدند. این تحلیل به شیوه‌ی تحلیل اکتشافی به روش مؤلفه‌های اصلی با چرخش واریماکس انجام گرفته است. مقدار ضریب KMO برابر ۰٫۷۳ و مقدار خی آزمون کرویت بارتلت ۱۵۴۰۷٫۷ به‌دست آمد که در سطح ۰٫۰۱ معنی‌دار است و نشانه‌ی کفایت نمونه و متغیرهای نمونه برای انجام‌دادن تحلیل عاملی است. نتایج موردتأیید و واریانس تجمعی حدود ۰٫۷۸ به‌دست آمده است. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. همچنین، از روش‌های آماری توصیفی میانگین و انحراف استاندارد و در سطح آمار استنباطی از آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری به منظور تعیین تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با توجه به متغیر میانجی ظرفیت سازمانی با به‌کارگیری

بر اساس جدول (۱) کارکنان سازمان مورد مطالعه، احساس کارکنان بر این مبناست که ظرفیت سازمانی و سرمایه‌ی اجتماعی در وضعیت مناسب‌تری نسبت به کارآفرینی سازمانی قرار دارد.

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک<sup>۱</sup> و شاخص بررسی

#### شاخص برازش مدل کلی

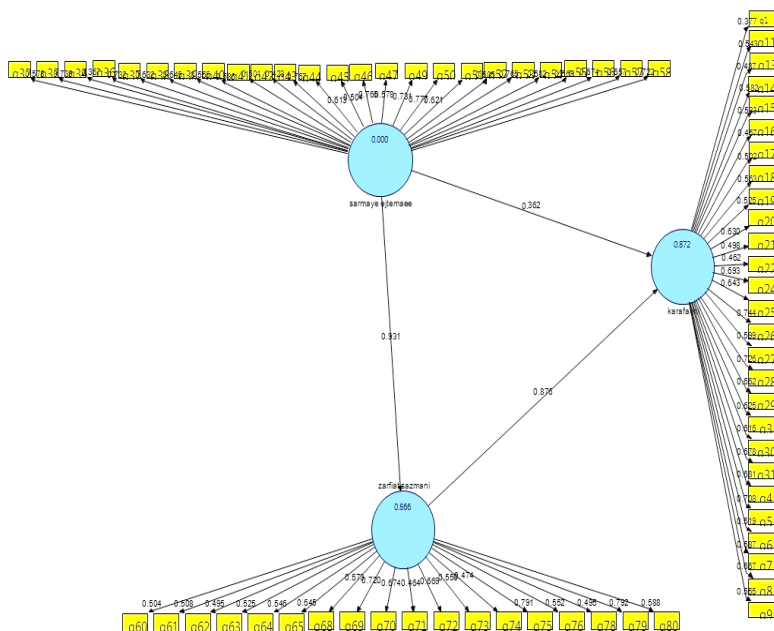
مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. برای بررسی برازش مدل کلی تنها کافی است یک معیار به نام GOF سنجیده شود:

$$GOF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

بنابراین، مقدار معیار GOF برابر است با:

زمانی که عدد معناداری بیش از مقدار (۱,۹۶) حاصل شود، در این صورت فرضیه‌ی فوق تأیید می‌شود.

نشان داده شده است. همچنین، جدول (۳) نشان‌دهنده‌ی نتایج مدل‌های ساختاری پژوهش برای آزمون فرضیه‌های تحقیق است. با توجه به مقادیر ارائه‌شده در این جدول،



شکل ۱: معدل معادلات ساختاری در حالت ضریب مسیر

جدول ۳: بررسی فرضیات پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	معنی داری	نتیجه فرضیه
اصلی -	سرمایه اجتماعی	کارآفرینی	(۰/۹۳۰ * ۰/۸۷۵) / ۰/۸۱۳	تایید
فرعی	۱ - سرمایه اجتماعی	کارآفرینی	۰/۳۶۲	تایید
	۲ - سرمایه اجتماعی	ظرفیت سازمانی	۰/۹۳۰	تایید
	۳ - ظرفیت سازمانی	کارآفرینی	۰/۸۷۵	تایید

گاریسیا ویلاورده و همکاران (۲۰۱۸)، تا حدودی مشابه نتیجه‌ی این پژوهش بوده و اثر غیرمستقیم سرمایه‌ی اجتماعی شناختی بر گرایش‌ات کارآفرینی سازمانی را از طریق ظرفیت جذب دانش توسط سازمان، نشان داده است. سرمایه‌ی اجتماعی، از طریق عامل ظرفیت سازمانی، بر کارآفرینی سازمانی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد تأثیر معناداری دارد. شدت اثر میانجی‌گری برابر با ۰/۸۱۳ بوده و حاکی از اثر نسبتاً قوی ظرفیت سازمانی در میانجی‌گری تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی است. درواقع، توسعه‌ی ارتباطات و تعاملات بین کارکنان، به‌عنوان

با توجه به جدول (۳) مقدار عدد معنی‌داری (آماره t) تمامی فرضیه‌ها که مقدار عدد معنی‌دار (آماره t) برای آن‌ها بالاتر از ۹۶,۱ به‌دست آمد؛ مورد تأیید قرار گرفتند. با توجه به علامت ضریب مسیر فرضیه‌ها، تمامی تأثیراتی که متغیرهای مستقل بر وابسته دارد مثبت ارزیابی شده است.

## ۵ بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها، نشان داد سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی ظرفیت سازمانی در شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد تأثیر دارد. یافته‌های





سرمایه‌ای برای بهبود عملکرد سازمان، ظرفیت سازمان را افزایش داده و افزایش ظرفیت سازمان نیز باعث توسعه‌ی کسب‌وکار و کارآفرینی در سازمان می‌شود. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها، نشان داد که تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی از شدت متوسطی برخوردار است. به این معنا که در صورت افزایش سرمایه‌ی اجتماعی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد، به میزان یک واحد، میزان کارآفرینی در این شرکت، به میزان ۰٫۳۶ واحد، افزایش می‌یابد. مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی، اشاره به تعاملات و ارتباطاتی بین افراد سازمان می‌شود که منجر به ایجاد هم‌افزایی در عملکردهای فردی و سازمانی می‌شوند. بنابراین، می‌توان گفت، این عامل، پدیده‌ای اجتماعی است که در سازمان، باعث بروز مخاطره‌پذیری، خلاقیت، ایده‌پردازی و رفتارهای نوآورانه می‌شود. در واقع، سرمایه‌ی اجتماعی، برای کارکنان، دسترسی آنان را به منابع و اطلاعات بیشتر ممکن کرده و بر توسعه‌ی کسب‌وکار و کارآفرینی در سازمان، تأثیرگذار است. در این رابطه، یافته‌های پژوهش بردبار و زارعی (۱۳۹۲)، که حاکی از تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر عملکرد نوآورانه است، تا حدودی با نتیجه‌ی این پژوهش، هم‌راستاست. نتایج پژوهش بادسار و همکاران (۱۳۹۴) نیز کاملاً هم‌راستا با نتیجه‌ی این پژوهش بوده است. در حیطه‌ی پژوهش‌های خاجی نیز، یافته‌های پژوهش گارسیا ویلاورده و همکاران (۲۰۱۸) هم‌راستا با نتیجه‌ی آزمون این فرضیه نشان داد که سرمایه‌ی اجتماعی شناختی سازمان دارای تأثیر مستقیم و معناداری بر گرایش‌های کارآفرینی سازمانی بوده است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، سرمایه‌ی اجتماعی بر ظرفیت سازمانی، تأثیر معناداری دارد. از طرفی ضریب مسیر به دست آمده برای این تأثیر (۰٫۹۳۰)، نشان می‌دهد که تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر ظرفیت سازمانی، از شدت بسیار قوی برخوردار است. به این معنا که در صورت افزایش سرمایه‌ی اجتماعی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد، به میزان یک واحد، میزان ظرفیت سازمانی در این شرکت، به میزان ۰٫۹۳ واحد، افزایش می‌یابد. در واقع، هرچه توانایی کارکنان سازمان برای برقراری ارتباط مؤثر با یکدیگر بیشتر باشد، می‌تواند با کمک یکدیگر، توانایی سازمان را برای دستیابی به اهدافش، افزایش دهند. و با ایجاد هم‌افزایی

در عملکرد، انسجام سازمانی، ارتباطات غیررسمی و در نهایت، عملکرد سازمان را بهبود بخشند. در این رابطه، یافته‌های عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)، با نشان دادن تأثیر مثبت و معنادار سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی بر ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی، تا حدودی هم‌راستا با نتیجه‌ی آزمون این فرضیه در پژوهش حاضر است. یافته‌های حسینی و همکاران (۱۳۹۰)، نیز با نشان دادن تأثیر دو بعد ارتباطی و شناختی از سرمایه‌ی اجتماعی بر عملکرد سازمانی، تا حدودی هم‌راستا با نتیجه‌ی این پژوهش است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، ظرفیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی، تأثیر معناداری دارد. از طرفی ضریب مسیر به دست آمده برای این تأثیر (۰٫۸۷۵)، نشان می‌دهد که تأثیر ظرفیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی از شدت بسیار قوی برخوردار است. به این معنا که در صورت افزایش ظرفیت سازمانی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد، به میزان یک واحد، میزان کارآفرینی سازمانی در این شرکت، به میزان ۰٫۸۷ واحد افزایش می‌یابد. منظور از ظرفیت سازمانی، توانمندی‌ها و قابلیت‌های شرکت در جهت تقویت اثربخشی و کارآمدی عملکردی و دستیابی به اهداف است. بنابراین، برخورداری از این قابلیت در سازمان، سطح کارآفرینی سازمانی را از نظر پیشگام بودن، رقابت‌تهاجمی و ریسک‌پذیری افزایش می‌دهد. در این رابطه، یافته‌های پژوهش گارسیا ویلاورده و همکاران (۲۰۱۸) با نشان دادن تأثیر ظرفیت سازمانی در زمینه‌ی جذب دانش بر گرایش‌های کارآفرینی سازمانی، با نتیجه‌ی پژوهش حاضر هم‌راستاست.

## ۶ پیشنهادها

پیشنهاد می‌شود، مدیران این سازمان با تفویض اختیار و مشورت با کارکنان جهت اخذ تصمیم‌های مهم، برای مشارکت و همکاری آنان در امور، به آنان انگیزه ببخشند. در این راستا، توصیه می‌شود، مدیران در تمام واحدهای سازمان، قابل‌دسترس و قابل‌مشاهده باشند، به طوری که کارکنان، آن‌ها را برای راهنمایی و کمک، در دسترس، بدانند. پیشنهاد می‌شود، برای کارکنانی که در زمینه‌ی تسهیم دانش خود با سایر کارکنان فعال هستند و در جلسات تسهیم دانش شرکت می‌کنند و به ارائه‌ی دانسته‌های خود می‌پردازند امتیازاتی در نظر گرفته شود تا سایر کارکنان نیز

به این امر تشویق شوند.

پیشنهاد می‌شود، مدیران با حمایت از تیم‌سازی و انجام امور به صورت گروهی، فرصتی برای ارتباط کارکنان در یک محیط بدون استرس را فراهم کنند.

پیشنهاد می‌شود، سرپرستان هر واحد، درباره‌ی انتظارات کارکنان از سازمان، از آنان پرس‌وجو کرده و این انتظارات را به مدیران شرکت انتقال دهند. بر این اساس، شایسته است با ایجاد رابطه‌ای دوستانه بین مدیران و کارکنان، اعتماد کارکنان برای ارائه‌ی نظرات و انتظاراتشان به سازمان جلب شود.

پیشنهاد می‌شود، مدیران این سازمان، با پیاده‌سازی سیستم‌ها ارزیابی عملکرد دقیق و منصفانه در سازمان، و تشویق کارکنان، تنبیه آنان و رسیدگی به کاستی‌های موجود در عملکرد آنان، با توجه به بازخورهای حاصل از سیستم ارزیابی عملکرد، به پیشرفت عملکرد کاری کارکنان، توجه و رسیدگی کنند.

به مدیران این سازمان پیشنهاد می‌شود، با تفویض اختیار به کارکنان و ارائه‌ی آزادی عمل به آنان در حیطه‌ی مسئولیت‌های کاریشان، از میزان تمرکز در تصمیم‌گیری‌ها بکاهند و این فرصت را به کارکنان بدهند که از بیشینه توانایی‌های خود در انجام امور بهره ببرند.

## ۷ منابع

- یدالهی فارسی، ج؛ عزیزی زیارت، ا؛ خواستار، ح (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی، توسعه کارآفرینی، ۲ (۵)، ۵۵-۸۰.
- احمدی، س؛ نظری‌زاده، ا؛ سپهوند، ر؛ نظری‌پور، ا؛ (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی سرمایه‌ی روانشناسی و کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان پلیس فرودگاه‌های کشور، فصل‌نامه‌ی دانش انتظامی، ۱۵ (۴)، ۶۰-۷۸.
- احمدی، ع و فیض‌آبادی، ح؛ (۱۳۹۰). بررسی ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمانی، فصل‌نامه‌ی مدیریت دولتی، ۳ (۶)، ۳۵-۵۴.
- اسدی، ن؛ مرادی، آ؛ (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی بین سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان. نشریه‌ی مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمالی، ۱ (۲)، ۲۹ - ۴۳.

ناهید، م؛ داوری، ع؛ ساجدینیا، ف؛ (۱۳۹۵). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه‌ی اسلامی). فصل‌نامه‌ی رشد فناوری، ۱۳ (۴۹)، ۶۵-۸۵.

مؤتمنی، ع، جعفری، ا؛ مرادی، ح؛ (۱۳۸۸). سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی، مجموعه مقالات همایش ملی سرمایه‌ی اجتماعی و توسعه‌ی اقتصادی، سمنان، اسفند ۱۳۸۸.

رضایی، ر؛ دریشی، ر؛ (۱۳۹۲). بررسی نقش مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در کارآفرینی در سازمان جهاد کشاورزی، مدیریت دولتی، ۵ (۳)، ۴۳-۶۲.

نیکوکار، غ؛ اعرابی، س؛ فرهی بوزنجانی، ب؛ عیساپی، ح؛ (۱۳۸۸). الگوی کنترل استراتژیک انسان‌محور سازمان‌های لجستیکی در شرایط صلح و جنگ. فصل‌نامه‌ی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، ۱ (۲)، ۲۹ - ۵۵.

رضوانی، ح؛ رشیدایی آبدانگیری، ا؛ (۱۳۹۲). بررسی مهم‌ترین عوامل درون و برون سازمانی مؤثر بر عملکرد محصول جدید در صنایع غذایی. فصل‌نامه‌ی علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۳ (۳)، ۳۹ - ۵۸.

بردبار، غ؛ زارعی، م؛ (۱۳۹۲). بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی بر ارتقای سطح مدیریت دانش در سازمان بهزیستی استان یزد. فصل‌نامه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی، ۵۲، ۲۲۷ - ۲۴۴.

ترک‌زاده، ج؛ عبدشرفی، ف؛ (۱۳۹۴). پیش‌بینی آمادگی برای تغییر سازمانی براساس ادراک کارکنان بانک از نوع ساختار سازمانی با نقش واسطه‌گری انسجام سازمانی. فصل‌نامه‌ی علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت، ۲۴ (۷۸)، ۳۳ - ۶۴.

محمد کنگرانی، ح؛ غنچه‌پور، د؛ (۱۳۹۲). ترسیم و تحلیل شبکه روابط رسمی و غیررسمی درون سازمانی به روش تحلیل شبکه‌ای (مطالعه‌ی موردی: اداره کل منابع طبیعی استان هرمزگان). مجله جنگ ایران، انجم جنگلبانی ایران، ۵ (۱)، ۴۳ - ۵۳.

عرب، م؛ خیبری، ر؛ پوررضا، ا؛ سعیدپور، ج؛ زراعتی، ح؛ محمدنژاد، ع؛ (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر میزان تمرکز سازمانی در بیمارستان‌های دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله

1. CV-communality
2. CV-Redundancy

دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی، ۷(۲)، ۵۱ - ۵۹.

عباسزاده، م؛ بوداقي، ع؛ حسن پور، م؛ حسینی، س؛ (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی سازمانی بر ظرفیت انطباق پذیری سازمان. فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی. ۳(۳)، ۱۴۵ - ۱۷۴.

Acikgoz, A., Gonsel, A. (2011). The effects of organizational climate on team innovativeness. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 920-927.

Drouin, N., Bourgault, M. (2013). How organizations support distributed project teams: Key dimensions and their impact on decision making and teamwork effectiveness. *Journal of Management Development*, 8(3), 865-885.

Andrea N. Kiss, Wade M. Danis, S. Tamer Cavusgil, (2011), "International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda", *Journal of Business Venturing*, 24(12), 25-40.

Nahapiet, J.; Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.

Caruana, A., Ewing, T.M. and Ramaseshan, B (2002), "Effects of some environmental challenges and centralization on the entrepreneurial, *Journal of Knowledge Management*, 20(1), 521-535.

Quinn, J. B (1985), "Managing innovation: Controlled chaos", *Harvard Business Review*, 63(5), 73-84.

Zahra, S (1993), "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach", *Journal of Business Venturing*, 8(4), 319-40.

Garcia-Villaverde, P.M., Rodrigo-Alarcon, J., Ruiz-Ortega, M.J. and Parra-Requena, G. (2018). "The role of knowledge absorptive capacity on the relationship between cognitive social capital and entrepreneurial orientation", *Journal of Knowledge Management*, 22(5), 1015-1036.



# Impact of Social Capital on Organizational Entrepreneurship with the Mediating Role of Organizational Capacity (Case Study: Company of Quality and Standard Inspection)

Hajieh Rajabi Farjad<sup>1\*</sup> | Rozita Madankar<sup>2</sup>

Received: 2019-11-25

Accepted: 2020-03-09

## Abstract

Entrepreneurial trends and focusing on entrepreneurship development in the organizations, today are among the most important factors for them to gain sustainable competitive advantages. Numerous studies have linked the increased entrepreneurial activities to the social capital. On the other hand, attention to organizational capacities can contribute in understanding the entrepreneurial capabilities of companies. Therefore, the present study aimed to determine the impact of social capital on organizational entrepreneurship with the mediating role of organizational capacity in company of quality and standard inspection. Method of the research was applied one from purpose point of view and descriptive -survey. Statistical universe of the study consisted of all employees (including managers and staff) of standard and quality inspection company which was 403 person. Using Cochran formula and by systematic random sampling, 197 were selected as the sample size. To collect the data, standard questionnaire was used and its validity was confirmed by determining CVR index for all items and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha. The collected data were analyzed in two sections: descriptive and inferential statistics. To test the hypotheses, structural equations method and Smart PLS software were used. Findings from the analysis of the main hypothesis of this study indicate that social capital, through the mediation of organizational capacity, has a positive and meaningful effect on the entrepreneurship of the company. Social capital has a positive and meaningful effect on organizational entrepreneurship and organizational capacity and organizational capacity also has an impact on organizational entrepreneurship.

**Keywords:** Social Capital, Organizational Entrepreneurship, Organizational Capacity, Quality and Standard Inspection Company.



1. Corresponding author - Associate Professor of Human Resources Management, Amin Police University

Email: hajieh\_rajabi@yahoo.com

2. Master of Public management, Faculty of Management and Economics Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran