

نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه سازمان

علیرضا رجبی پور میبیدی^۱، مهرداد کیانی^۲، احسان خیام‌باشی^۳

چکیده

زمینه و هدف: در دنیای رقابتی و پویای امروزین آمادگی سازمان‌ها برای اقدامات کارآفرینانه به پیش‌نیاز مهمی برای بقا و اثربخشی آنها تبدیل شده است. این پژوهش با هدف بررسی نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه سازمان انجام شده است.

روش‌شناسی: این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی است، جامعه آماری شامل شرکت‌های دانش‌بنیان واقع در پارک علم و فناوری شیخ بهایی اصفهان است که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از ۱۷۴ نفر از مدیران و کارکنان آن‌ها نظرخواهی شده است. از مدل‌یابی معادلات ساختاری با کمک نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس برای آزمون آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است.

یافته‌ها: رهبری اخلاقی به طور مستقیم بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت داشته است. همچنین نقش میانجی سرمایه اجتماعی نیز در این رابطه تأیید شده است.

نتیجه‌گیری: مدیران با تکیه بر رهبری اخلاقی و انجام رفتارهای متناسب با هنجار می‌توانند از راه توسعه تعاملات میان‌فردی و ترویج این قبیل رفتارها در میان پیروان باعث افزایش سطح سرمایه اجتماعی در سازمان و به دنبال آن گرایش کارآفرینانه شوند.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، رهبری اخلاقی، گرایش کارآفرینانه، شرکت‌های دانش‌بنیان

استناد: رجبی پور میبیدی، علیرضا؛ کیانی، مهرداد؛ خیام‌باشی، احسان (۱۳۹۸). نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تأثیر رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه سازمان. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۹ (۲)، ۱۱۱-۱۳۴.

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۲. دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

۳. دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۲/۰۸

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۹۸/۱۰/۲۲

نویسنده مسئول مقاله: مهرداد کیانی

E-mail: mehrdad.kiani@stu.yazd.ac.ir

مقدمه

امروزه شرکت‌ها با محیط‌های کسب‌وکار متلاطم، پیچیده و رقابتی مواجه‌اند؛ که در آن چرخه حیات محصولات و خدمات در حال کوتاه‌تر شدن است، منافع آینده نامشخص است و رقابت میان شرکت‌ها به شدت در حال افزایش است (فرانکو و هاسه^۱، ۲۰۱۳). در نتیجه، در محیط کسب‌وکار توجه به ریسک‌پذیری، نوآوری (ما^۲ و همکاران، ۲۰۱۲)، خلاقیت و تمایلات کارآفرینانه در راستای بقا و دستیابی به موفقیت‌های رقابتی اهمیت بسیاری دارد (دلاوگا^۳، ۲۰۱۶). از این رو، سرعت و شدت رقابت محیطی با افزایش سریع تحولات جهانی شرکت‌ها را مجبور کرده است تا برای ایجاد نوآوری در محصول و فرآیندها همواره به دنبال فرصت‌های جدید باشند (ویسی و ایراندوست، ۲۰۱۵). به منظور استفاده بهینه از فرصت‌ها و ارزش‌های جدید، گرایش کارآفرینانه فرآیندی است که راه‌های جدیدی را برای توسعه و تجاری‌سازی محصولات جدید، حرکت به سمت بازارهای جدید و ارائه خدمات جدید به مشتریان خلق می‌کند (غلامی و بیرجندی، ۲۰۱۶). از آنجا که شرکت‌های کارآفرین نقش مهمی در توسعه اقتصاد کشورها دارند (براترز^۴ و همکاران، ۲۰۱۵)، توانایی تبدیل شدن به صادرکنندگان بزرگ، افزایش رشد اقتصادی و از بین بردن فقر را در بین گروه‌های مختلف جامعه نیز دارند (سوریانو و کاستوگیوانی^۵، ۲۰۱۲). از دیگر سوی، هم‌زمان با عصر دانایی و با ظهور سازمان‌های پیچیده، صاحب‌نظران توافق یافته‌اند که آنچه برای سازمان‌ها مزیت رقابتی پایدار به شمار می‌رود، ایجاد و بهره‌برداری از صلاحیت‌ها و شایستگی‌های کلیدی است (پراهالد و هامل^۶، ۱۹۹۰)؛ بنابراین سازمان‌ها درصدد دستیابی به منابعی هستند که به راحتی قابل انتقال نیستند و متمایز هستند (گرنٹ^۷، ۱۹۹۱). یک دارایی حیاتی و مهم در به حداکثر رساندن مزیت سازمانی، سرمایه اجتماعی است که در بافت روابط اجتماعی نهفته

1. Franco & Haase

2. Ma

3. De la Vega

4. Brouthers

5. Soriano & Castrogiovanni

6. Prahalad & Hammel

7. Grant

بوده و می‌توان آن را برای تسهیل فعالیت به کار گرفت (اندرو^۱، ۲۰۱۰). سرمایه اجتماعی پدیده‌ای اجتماعی است که باعث بروز خلاقیت، ایده‌پردازی، تسهیل رفتارهای نوآورانه و مخاطره‌پذیری می‌شود. افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر به منابع و اطلاعات بیشتری دسترسی دارند که می‌تواند در روند تشکیل و توسعه کسب‌وکار و دستیابی به بازارهای جدید تأثیرگذار باشند (کاسترو^۲ و همکاران، ۲۰۱۴).

یکی از رویکردهای جدید رهبری که بسیار مورد توجه قرار گرفته و ضعف‌ها و مشکلات مدل‌های سنتی رهبری را برطرف کرده است، رویکرد رهبری اخلاقی است. رهبران اخلاقی با ترغیب و تقویت رفتارهای اخلاقی و تنبیه و کاهش رفتارهای غیراخلاقی در رفتار زیردستان تأثیرگذارند (براون و میشل^۳، ۲۰۱۰). رهبران اخلاقی نه تنها نگرش کارکنان به کار را از راه رفتار تعریف‌شده خود تغییر می‌دهند، بلکه آن‌ها را برمی‌انگیزند تا تلاشی فراتر داشته و راه‌حلهایی خلاقانه را به کار گیرند (پیکو^۴ و همکاران، ۲۰۱۰). رهبری اخلاقی به استقلال، اخلاقیات، ایده‌آل‌های بالا، مسئولیت‌های اجتماعی و رابطه‌گرایی تأکید دارد که می‌تواند رفتار نوآورانه و کارآفرینانه کارکنان را پیش‌بینی کند.

افزون بر این، شرکت‌های دانش‌بنیان نقش مهمی در اقتصادهای ملی و بین‌المللی دارند. این امر، به دلیل فعالیت فناوری در بخش‌های نوین و توانایی آن‌ها در نوآوری و تجاری‌سازی سریع است. اهمیت این شرکت‌ها به این دلیل است که علاوه بر مزایایی که به دلیل کوچک و متوسط بودنشان دارند، به دلیل فعالیت در حوزه فناوری نوین، از اهمیت فزاینده‌ای نیز برخوردارند. در دهه‌های گذشته، شرکت‌های دانش‌بنیان، مورد توجه بسیاری از سیاست‌گذاران در کشورهای مختلف بوده‌اند. این شرکت‌ها از فرصت‌های بازار به نحو مؤثری استفاده می‌کنند، عامل پیشرفت در اقتصاد بوده‌اند و اشتغال‌زایی مناسبی را باعث می‌شوند؛ بنابراین با توجه به مطالب بیان‌شده و اهمیت رهبری اخلاقی و سرمایه اجتماعی در ایجاد رفتارهای نوآورانه و کارآفرینانه این پژوهش درصدد است نقش میانجی‌گری سرمایه اجتماعی را در رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه کارکنان را بررسی کند.

-
1. Andrews
 2. Castro
 3. Brown & Mitchell
 4. Piccolo

پیشینه پژوهش

پیشینه نظری

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی^۱ مفهومی در حال فراگیر شدن در همه رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی است (خوش‌چهره و حبیبی، ۱۳۹۶). سرمایه اجتماعی مبنایی است برای توضیح و توصیف ارتباطات میان افراد و سازمان‌ها و می‌توان آن را حاصل پدیده‌های اعتماد متقابل، تعامل اجتماعی متقابل، گروه‌های اجتماعی، احساس هویت جمعی و گروهی، احساس وجود تصویری مشترک از آینده و کار گروهی در نوعی سیستم اجتماعی دانست (اسماعیلی، موسوی‌نژاد و شاه‌سیاه، ۱۳۹۴). سرمایه اجتماعی از راه مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، مشارکت و همکاری در میان اعضا سبب تسهیم دانش و ارتقاء یادگیری سازمانی شده و از این راه ارتقاء و بهبود عملکرد نوآورانه را برای سازمان به همراه خواهد داشت (تارکینا و دای،^۲ ۲۰۱۳). افزون بر این، سرمایه اجتماعی می‌تواند با ایجاد تعهد بیشتر، هزینه‌های نظارت بر کار افراد را به وسیله افزایش اعتماد، کاهش دهد (نارایان و پریچت^۳، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی، عامل بسیار مهم سطح و کیفیت تعاملات در محیط کاری است؛ تا آنجا که کارکنان، همکاران و مدیران از یکدیگر بیاموزند و احساس کنند حق نوآور بودن را دارند (تاروو، ۲۰۱۴) و در نهایت، کارکنان احساس کنند بخشی از یک تیم هستند. تأثیر چنین موضوعی در سازمان در اصطلاح کارایی نهفته است. تکنیک‌های جدید به سرعت منتشر می‌شوند، ایده‌ها و فعالیت‌های سودمند درک شده و به سرعت مورد قبول واقع می‌شوند و نوآوری توسعه پیدا می‌کند (استارت، ۲۰۱۵). ناهاپیت و گوشال^۴ (۱۹۹۸) ابعاد سه‌گانه‌ای از سرمایه اجتماعی را مطرح کردند، این ابعاد شامل: بُعد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای است.

۱) بُعد ساختاری^۵: به پیکربندی غیرشخصی پیوندهای میان افراد یا واحدهای

اجتماعی اشاره دارد. وجوه مهم تحت این بُعد، سه مؤلفه پیوند شبکه، ترتیبات شبکه و ثبات شبکه است (یانگ کوح و رولینسون^۶، ۲۰۱۲).

1. Social Capital

2. Turkina & Thai

3. Narayan & Pritchett

4. Nahapiet & Ghoshal

5. Structural

6. Yangkoh & Rowlinson

۲) **بعد شناختی**^۱: به آن دسته از جنبه‌ها توجه دارد که بازنمایی‌ها، تفاسیر و سیستم مفهومی به اشتراک گذاشته شده بین اعضای گروه را فراهم می‌کند و وسعت سهیم‌شدن اعضای گروه پروژه در ادراکی مشترک و گسترش نوعی رویه شناختی مشترک در میان خودشان را بازتاب می‌کند (یانگ کوح و رولینسون، ۲۰۱۲).

۳) **بعد رابطه‌ای**^۲: روابط شخصی که مردم به واسطه سوابق تقابلات (در شرایط محیطی سازمان کم نیست) میان خودشان پرورش می‌دهند. جنبه مهم بعد رابطه‌ای، اعتمادی است که میان اعضای گروه پرورش می‌یابد و عمیق می‌شود (یانگ کوح و رولینسون، ۲۰۱۲).

رهبری اخلاقی

اهمیت یافتن مباحث اخلاقیات کاری و حرفه‌ای سبب شده است تا موضوعاتی مانند رهبری اخلاقی^۳ در اولویت امور سازمان‌ها و رهبران آن‌ها قرار گیرد (کالشنون^۴ و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۳). تئوری رهبری اخلاقی به عنوان یک تئوری مستقل، برای اولین بار بر اساس مطالعات براون^۵ در سال ۲۰۰۵ گسترش پیدا کرد (براون و همکاران، ۲۰۰۵). رهبری اخلاقی به عنوان «نشان دادن رفتار مناسب هنجاری از راه اعمال فردی و روابط بین فردی و اشاعه چنین رفتارهایی به پیروان از راه ارتباطات دوسویه، تقویت و تصمیم‌گیری» تعریف می‌شود (یاسیر و رسل^۶، ۲۰۱۸). اولین قسمت این تعریف «نشان دادن رفتار مناسب هنجاری از راه فعالیت‌های فردی و ارتباطات بین فردی» دربردارنده این است که رهبرانی که اخلاقی پنداشته می‌شوند الگوهای رفتارهایی هستند که به‌طور اصولی و هنجاری مناسب پنداشته می‌شود (مثل صداقت، امانت، عدالت و دلسوز بودن) و همچنین تبدیل شدن رهبر به الگویی معتبر است. قسمت دوم این تعریف «ترویج این قبیل رفتارها به زیردستان از راه ارتباطات دوطرفه» را بیان می‌کند که رهبران اخلاقی نه فقط به اخلاقیات توجه می‌کنند، بلکه فرآیند عدالت میان فردی و رویه‌ای را به پیروان ارائه می‌دهند. جزء «تقویت» در تعریف دربرگیرنده این است که رهبرانی که اخلاقی هستند استانداردهای اخلاقی را پایه‌گذاری می‌کنند، به

1. Cognitive
 2. Relational
 3. Ethical leadership
 4. Kalshoven
 5. Brown
 6. Yasir & Rasli

رفتار اخلاقی پاداش داده و کسانی که از استانداردها پیروی نمی کنند را تنبیه می کنند. عنصر نهایی تعریف مربوط به «تصمیم گیری» است که بازتاب این حقیقت است که رهبران اخلاقی به نتایج اخلاقی تصمیمات خودشان فکر می کنند و تصمیماتی عادلانه و هنجاری می گیرند که می تواند به وسیله پیروان پیروی شود (گیسنر و ونکوایک^۱، ۲۰۱۰).

گرایش کارآفرینانه

سازمان ها به طور مستمر در جستجوی راهبردهایی برای افزایش توان رقابت پذیری خود هستند؛ در محیط متغیر کنونی، این امر تنها از راه به کارگیری رویکردها و اقدامات عملیاتی اثربخشی همچون توسعه روندها و گرایش های کارآفرینانه^۲ در سازمان ها محقق می شود (دارمادسا^۳، ۲۰۰۹). گرایش کارآفرینانه یکی از مستحکم ترین و شناخته شده ترین سازه ها در تحقیقات کارآفرینی و مدیریتی بوده (پیتینو^۴ و همکاران، ۲۰۱۷) و شامل سبک های تصمیم گیری، فرآیندها و روش هایی است که فعالیت های کارآفرینانه سازمان را شکل می دهد. گرایش کارآفرینانه فرآیند خلق راهبرد است که شرکت ها به سمت نوآوری مستمر هدایت می کند، به موضع یابی شرکت در بازار کمک می کند و به شرکت توان تقبل سرمایه گذاری های ریسک دار را می دهد (شیروکوا^۵ و همکاران، ۲۰۱۶). میلر^۶ (۱۹۸۳) معتقد بود اگر یک شرکت پیوسته در محصولات خود نوآوری داشته، ریسک پذیر باشد و رفتار فعالانه ای بروز دهد، این شرکت گرایش کارآفرینانه دارد (دیویس^۷ و همکاران، ۲۰۱۰). داشتن گرایش کارآفرینانه شرکت ها را از راه قرار دادن آن ها در معرض فناوری های جدید همواره در زمینه روندهای بازار آگاه و هوشیار نگه می دارد و به آن ها در ارزیابی امکانات جدید کمک می کند. همچنین، با آگاه کردن تصمیم گیرندگان از تغییرات صنعت و تقاضای مشتریان به شرکت ها در شناسایی فرصت ها و راه اندازی سرمایه گذاری های جدید کمک می کند (لامپکین^۸ و همکاران، ۲۰۰۹). شرکت هایی که گرایش کارآفرینانه آن ها در سطوح بالایی قرار دارد، رفتارهایی خلاقانه تر، اثرگذارتر و خطرپذیرتر از خود بروز می دهند (مینی دهکردی و

1. Giessner & Van Quaquebeke

2. entrepreneurial orientation

3. Dharmadasa

4. Pittino

5. Shirokova

6. Miller

7. Davis

8. Lumpkin

همکاران، ۱۳۹۱). گرایش کارآفرینانه، سازمان‌ها را در برابر تغییرات سریع، هوشیار نگه می‌دارد و آن‌ها را از روندهای آتی آگاه می‌کند و به وسیله‌ی متمرکز نگه داشتن تصمیم‌گیرندگان بر تغییرات صنعت و تقاضای مشتریان، به شرکت‌ها برای شناسایی فرصت‌ها و راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی جدید، کمک می‌کند (لامپکین و همکاران، ۲۰۰۹). عوامل گرایش کارآفرینانه اغلب با هم فعالیت می‌کنند تا عملکرد کارآفرینانه یک سازمان را بهبود دهند (زراری و بازار، ۱۳۹۵). کوین و لامپکین^۱ (۲۰۱۱) پنج بُعد را برای گرایش کارآفرینانه مطرح کرده‌اند که به طور خلاصه در جدول ۱ بیان شده است:

جدول ۱. ابعاد گرایش کارآفرینانه

تعریف	ابعاد
تمایل شرکت به سوی ایده‌های جدید و فرآیندهای خلاق است که نتیجه‌اش ممکن است محصولات، خدمات یا فرآیندهای فناورانه جدید باشد	نوآوری
به پیگیری سریع فرصت‌ها، تأمین سریع منابع و فعالیت‌های متهورانه اشاره دارد	ریسک‌پذیری
دلالت بر گرایش شرکت‌ها در دنبال کردن و کشف فرصت‌های جدید دارد	پیشگامی
به تمایل شرکت به چالش‌های سخت و مستقیم با رقیب برای بهبود وضعیت بازارشان گفته می‌شود.	رویکرد تهاجمی
اشاره به فعالیت‌های مستقل افراد یا گروه‌ها در ایجاد ایده و اجرای آن‌ها دارد	استقلال‌طلبی

پیشینه تجربی و مدل مفهومی

پژوهش‌های اندکی وجود دارند که به بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه پرداخته باشند، اما برخی پژوهش‌ها تأثیر رهبری اخلاقی بر جو و رفتارهای نوآورانه را مورد بررسی قرار داده‌اند. به عنوان نمونه، سورانی یانچشمه (۱۳۹۷) در پژوهش خود نشان داد که با توجه به نقش میانجی جو سازمانی، رهبری اخلاقی و مؤلفه‌های آن بر اشتیاق شغلی اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران تأثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین، رهبری اخلاقی بر اشتیاق شغلی، رهبری اخلاقی بر جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی بر جو سازمانی نوآورانه تأثیر دارد. شجاعی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتارهای نوآورانه

کارکنان با نقش میانجی رهبر- عضو و استقلال شغلی پرداختند و نشان دادند که تقویت رهبری اخلاقی در سازمان موجب افزایش تبادل رهبر-عضو می‌شود و تبادل رهبر-عضو می‌تواند رابطه میان رهبری اخلاقی و رفتارهای نوآورانه را میانجی‌گری کند. دهار^۱ (۲۰۱۶) نقش رهبری اخلاقی و تأثیر آن بر رفتار نوآورانه در صنعت هتلداری را بررسی کرد و به این نتیجه رسید که رهبری اخلاقی بر خلاقیت کارکنان سازمان تأثیر مثبت و معنادار دارد. با توجه به این مطالعات، فرضیه اول این پژوهش را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

فرضیه اول: رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

همچنین پژوهش‌هایی وجود دارند که رابطه بین رهبری اخلاقی و سرمایه اجتماعی را مورد بررسی قرار داده‌اند. به عنوان نمونه، عبدالشاه و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود به بررسی رهبری اخلاقی و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی در سازمان‌های خدمات دولتی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که نقش رهبری اخلاقی بر تولید سرمایه‌های اجتماعی در سازمان‌های دولتی معنادار است. دوستار و قاسمی دهشالی (۱۳۹۵) در پژوهش خود نتایج نشان دادند که بین رفتار اخلاقی مدیران با سرمایه اجتماعی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در سازمان‌های فرهنگی استان گیلان، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین همه ابعاد رهبری اخلاقی، مطالعه رابطه بین رهبری اخلاقی و سرمایه اجتماعی با رفتار شهروندی سازمانی در اخلاقی مدیران با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان، رابطه معنادار و مثبت وجود دارد. اکرم و همکاران (۲۰۱۶) مطالعه‌ای پیرامون نقش رهبری رابطه‌ای در ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی یعنی ساختاری، ارتباطی و شناختی انجام دادند. نتایج این مطالعه نشان داد رهبری رابطه‌ای نقش مثبت و قابل توجهی در تولید سرمایه اجتماعی سازمانی ساختاری و رابطه‌ای ایفا می‌کند؛ بنابراین فرضیه دوم این پژوهش می‌تواند به این صورت تعریف شود:

فرضیه دوم: رهبری اخلاقی بر سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در نهایت برخی از پژوهش‌ها به بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و گرایش کارآفرینانه پرداختند که از این بین می‌توان به پژوهش طاهری‌زاده و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد که در پژوهش خود نشان دادند که با تقویت سرمایه اجتماعی در سازمان می‌توان بر افزایش روحیه کارآفرینی و بهبود عملکرد سازمانی تأثیر گذاشت. همچنین، با تأیید تأثیر کارآفرینی سازمانی بر

عملکرد و نقش میانجی‌گری این متغیر در رابطه بین سرمایه اجتماعی بر عملکرد، می‌توان با تقویت روحیه کارآفرینی بین کارکنان، سبب بهبود عملکرد سازمان شد. حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه و نیز تأثیر مثبت و معنادار رفتارهای شهروندی سازمانی بر رفتارهای کارآفرینانه را نشان دادند. علیزاده کنگاچر (۱۳۹۴) در مطالعه خود به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی با نقش تعدیل‌کننده‌ی انگیزش پرداختند و به این نتیجه رسیدند که حدود ۲۵ درصد از تغییرات کارآفرینی توسط متغیرهای سرمایه اجتماعی و انگیزش تبیین می‌شود. چی‌هسینگ و تانگ کو^۱ (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان «ترویج کارآفرینی با جمع‌آوری سرمایه اجتماعی و مدیریت دانش» انجام دادند و بر اهمیت مدیریت دانش و سرمایه اجتماعی در گرایش به کارآفرینی فروشندگان متوسط و کوچک تأکید کردند. همچنین، نتایج تحقیق آنان نشان داد سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی به طور کامل با مدیریت دانش رابطه دارد. در پژوهش انگلن^۲ و همکاران (۲۰۱۵) ارتباط بین سرمایه اجتماعی مدیران عالی سازمان و گرایش به کارآفرینی و عملکرد سازمان بررسی شد و این نتیجه به دست آمد که سرمایه اجتماعی مدیران عالی سازمان بر گرایش به کارآفرینی و عملکرد سازمان اثر معنادار می‌گذارد. به دیگر سخن، وجود سرمایه اجتماعی به عنوان مشخصه‌ی اجتماعی باعث بروز خلاقیت، ایده‌پروری و تسهیل رفتار نوآورانه مخاطره‌پذیر می‌شود. کافچه و حسینی^۳ (۲۰۱۵) در تحقیق خود رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی در کشورهای درحال توسعه را بررسی کردند. نتایج تحلیل تحقیق آن‌ها نشان داد در همه شرکت‌های صنعتی رابطه مستقیمی بین همه ابعاد سرمایه اجتماعی و کارآفرینی وجود دارد؛ بنابراین می‌توان فرضیه سوم را به صورت زیر تعریف کرد:

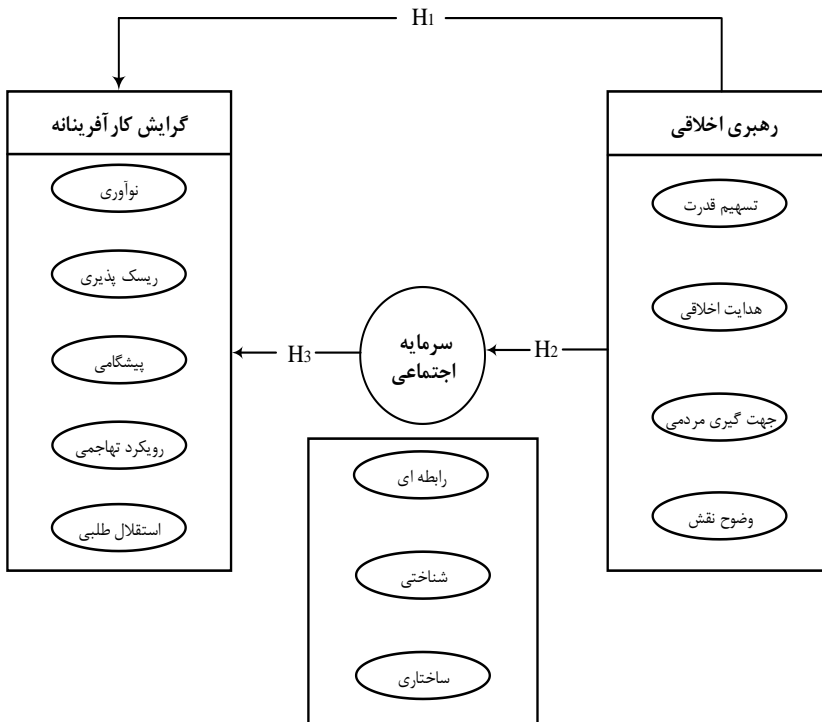
فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

با توجه به پیشینه تحقیق و با مراجعه به منابع و جستجو در فضای مجازی، بررسی‌ها و کنکاش‌های لازم صورت گرفت اما پژوهشی با این عنوان یافت نشد که نقش سرمایه اجتماعی را به عنوان میانجی در رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه در نظر گیرد.

1. Chih-Hsing & Tingko

2. Engelen

3. Kafcheh & Hosseini



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است، جهت‌گیری پژوهش حاضر، کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش شامل شرکت‌های دانش‌بنیان واقع در پارک علم و فناوری شیخ بهایی است. از آنجا که جامعه مورد مطالعه در این پژوهش از گروه‌های مختلف تشکیل شده است، برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده شده است و برای تقسیم حجم نمونه میان طبقه‌های جامعه با توجه به حجم هر طبقه از شیوه انتساب متناسب استفاده شده است و برای انتخاب افراد نمونه هر طبقه به صورت تصادفی عمل شده است. کل شرکت‌های دانش‌بنیان پارک علم و فناوری شیخ بهایی اصفهان ۳۱ شرکت هستند که در حوزه‌های مختلف مشغول فعالیت هستند. ۴۲۴ نفر جمع کل کارکنان و مدیران این شرکت‌ها است که برابر جدول مورگان، حجم نمونه ۲۰۱ نفر به دست آمد که به نسبت تعداد کارکنان در هر حوزه، نمونه آماری محاسبه شد. سپس تعداد ۲۳۰ پرسشنامه توزیع شد که ۱۷۴ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفت.

پرسشنامه‌ای که برای سنجش متغیر سرمایه اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت، پرسشنامه ۲۴ سؤالی سرمایه اجتماعی سازمانی که توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت ساخته شده است، است. این پرسشنامه سه بُعد سرمایه اجتماعی (رابطه‌ای، شناختی و ساختاری) را مورد سنجش قرار می‌دهد. پایایی به‌دست آمده توسط ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) بر اساس آلفای کرونباخ ۰/۷۹ است. پرسشنامه مربوط به گرایش کارآفرینانه در این پژوهش، پرسشنامه ۱۸ سؤالی حسینی‌نیا و همکاران (۱۳۹۶) در پنج بُعد نوآوری^۱، ریسک‌پذیری^۲، پیشگامی^۳، رقابت‌تتهاجمی^۴ و استقلال‌طلبی^۵ است که روی یک مقیاس پنج نقطه‌ای پاسخ داده شد. در نهایت برای سنجش رهبری اخلاقی از پرسشنامه ۱۶ سؤالی (چهار بُعد تسهیم قدرت، هدایت اخلاقی، جهت‌گیری مردمی و وضوح نقش) کالشون و همکاران (۲۰۰۰) استفاده شده است.

در این پژوهش از مدل‌یابی معادلات ساختاری با کمک روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۶، جهت آزمون فرضیات و صحت مدل اصلی استفاده شده است. از این روش در مواردی که حجم نمونه کوچک بوده و یا توزیع متغیرها نرمال نباشد، استفاده می‌شود. به منظور سنجش روایی پرسشنامه، دو نوع روایی محتوا و روایی همگرا در نظر گرفته شد. نتایج خروجی پی‌ال‌اس نشان می‌دهد که تمامی متغیرها دارای AVE بالاتر از ۰/۴ هستند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت مؤلفه‌ها می‌توانند به اندازه کافی واریانس متغیرهای مدل پژوهش را تشریح کنند. بنابراین ابزار این تحقیق از روایی مناسبی برخوردار است. برای محاسبه پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۷ استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۲ نشان داده شده است.

-
1. Innovation
 2. Risk taking
 3. Proactiveness
 4. Competitive aggressiveness
 5. Autonomy
 6. Smart PLS
 7. Composite Reliability

جدول ۲. نتایج روایی و پایایی سازه‌ها و ابعاد پرسشنامه

متغیر	ابعاد	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ	AVE	CR
	رهبری اخلاقی	۱۶	۰/۸۸۹	۰/۴۸۳	۰/۹۰۶
	تسهیم قدرت	۴	۰/۷۷۴	۰/۵۹۷	۰/۸۵۵
	هدایت اخلاقی	۴	۰/۷۹۲	۰/۴۵۱	۰/۷۶۵
	جهت‌گیری مردمی	۴	۰/۷۱۱	۰/۴۶۲	۰/۷۷۳
	وضوح نقش	۴	۰/۷۷۲	۰/۵۹۴	۰/۸۵۳
	سرمایه اجتماعی	۲۴	۰/۹۱۸	۰/۴۵۵	۰/۹۲۸
	رابطه‌ای	۱۰	۰/۸۴۹	۰/۴۲۹	۰/۸۸۱
	شناختی	۷	۰/۸۲۲	۰/۴۸۸	۰/۸۶۸
	ساختاری	۷	۰/۹۰۳	۰/۶۳۵	۰/۹۲۳
	گرایش کارآفرینانه	۱۸	۰/۸۶۷	۰/۴۲۰	۰/۸۸۹
	نوآوری	۵	۰/۷۱۹	۰/۴۶۹	۰/۸۱۳
	ریسک‌پذیری	۳	۰/۷۱۸	۰/۶۱۱	۰/۸۲۴
	پیشگامی	۳	۰/۷۴۸	۰/۴۷۹	۰/۷۲۰
	رویکرد تهاجمی	۴	۰/۸۰۷	۰/۶۳۶	۰/۸۷۴
	استقلال‌طلبی	۳	۰/۷۵۵	۰/۶۷۲	۰/۸۶۰

بر اساس یافته‌های ارائه شده در جدول ۲ ابزار این تحقیق از پایایی مناسبی (بالای ۰/۷) برخوردار است. برای سنجش پایایی می‌توان پایایی ترکیبی به دست آورد. در این شرایط نیز مقادیر بیش از ۰/۷ برای اعتبار ترکیبی قابل قبول است که برای همه سازه‌های اصلی و ابعاد، این عدد بالای ۰/۷ است؛ بنابراین پایایی ترکیبی سازه‌ها و ابعاد تأیید می‌شود.

یافته‌های پژوهش

شاخص‌های برازندگی مدل

برای ارزیابی مدل دو شاخص روایی متقاطع^۱ و افزونگی^۲ سازه‌ها ملاک عمل قرار می‌گیرد. اعداد مثبت نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. جدول ۳ شاخص روایی متقاطع را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نتایج شاخص روایی متقاطع برای سازه‌ها و ابعاد

متغیر	ابعاد	CV-Red	CV-Com	R ²
رهبری اخلاقی				
	تسهیم قدرت	۰/۴۹۰	۰/۵۹۷	۰/۸۲۱
	هدایت اخلاقی	۰/۳۰۷	۰/۴۵۱	۰/۶۸۲
	جهت‌گیری مردمی	۰/۳۱۰	۰/۴۶۲	۰/۶۷۴
	وضوح نقش	۰/۴۱۸	۰/۵۹۴	۰/۷۱۵
سرمایه اجتماعی				
	رابطه‌های	۰/۲۷۳	۰/۴۲۹	۰/۶۴۰
	شناختی	۰/۳۹۲	۰/۴۸۸	۰/۸۰۷
	ساختاری	۰/۴۲۷	۰/۶۳۵	۰/۶۹۲
گرایش کارآفرینانه				
	نوآوری	۰/۱۸۲	۰/۴۶۹	۰/۴۵۴
	ریسک‌پذیری	۰/۳۴۲	۰/۶۱۱	۰/۵۶۳
	پیشگامی	۰/۲۹۴	۰/۴۷۹	۰/۶۱۹
	رویکرد تهاجمی	۰/۴۰۵	۰/۶۳۶	۰/۶۴۰
	استقلال‌طلبی	۰/۴۱۰	۰/۶۷۲	۰/۶۱۱

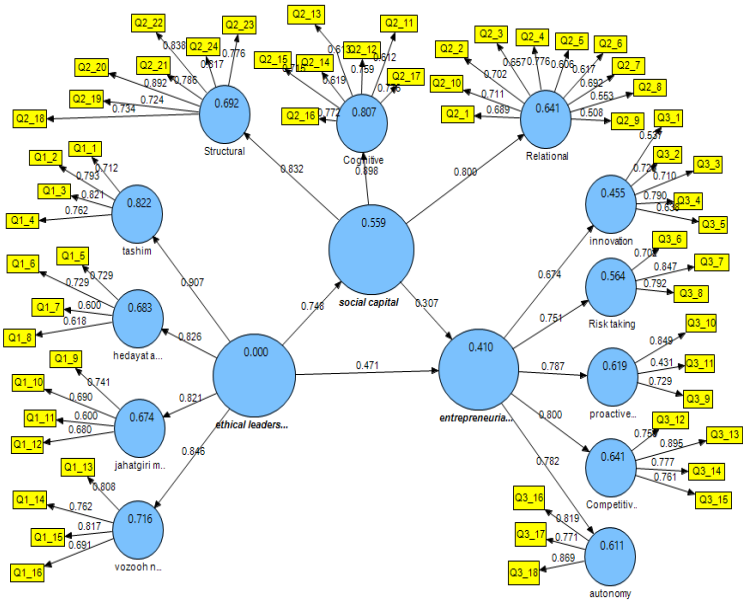
1. Commuality

2. Redundancy

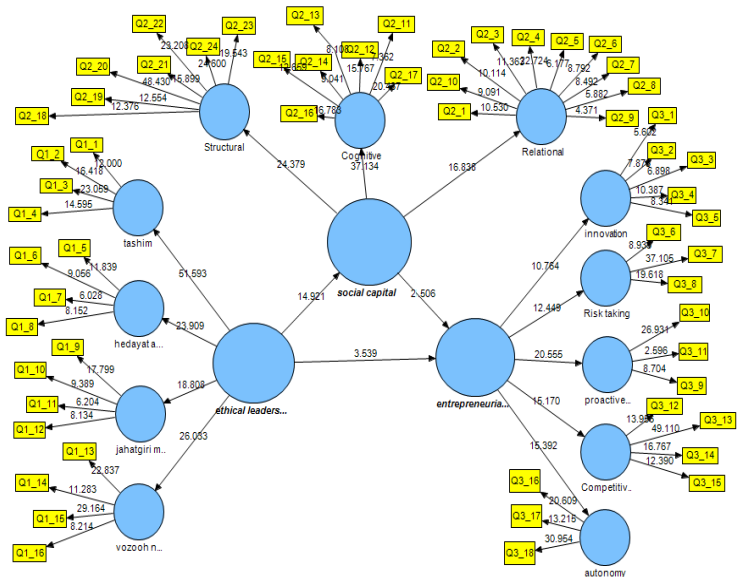
از آنجا که همگی مثبت هستند نشان می‌دهد که مدل دارای کیفیت مناسبی است. همچنین ضریب تعیین یعنی R^2 یکی از معیارهای کلیدی ارزیابی مدل ساختاری بوده و هر چه مقادیر بزرگ‌تر داشته باشد، سطح دقت پیش‌بینی بالاتر است. چاین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی می‌کند. جدول ۳ نتایج مربوط به مقادیر R^2 و شاخص روایی متقاطع سازه‌ها و ابعاد یعنی Q^2 را نشان می‌دهد.

آزمون فرضیه‌ها

الگوریتم تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس نشان می‌دهد پس از بررسی برازش الگوی اندازه‌گیری، الگوی ساختاری و الگوی کلی، می‌توان به بررسی و آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخت و به یافته‌های پژوهش رسید. هنگامی که مقادیر ضرایب مسیر (t) در بازهٔ بیشتر از $+1/96$ باشد، نشان‌دهندهٔ معنادار بودن عامل مربوط و تأیید فرضیه‌های پژوهش است؛ بنابراین با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در شکل ۲ و ۳ و جدول ۴ می‌توان گفت فرضیه‌های این پژوهش تأیید شدند؛ به عبارت دیگر می‌توان گفت رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر $0/471$ است (فرضیه اول) و رهبری اخلاقی بر سرمایهٔ اجتماعی دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر با $0/748$ است (فرضیه دوم)، همچنین سرمایهٔ اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری برابر $0/307$ است (فرضیه سوم). بنابراین فرضیه اصلی مبنی بر میانجی بودن سرمایهٔ اجتماعی در رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه نیز تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی سرمایهٔ اجتماعی، رهبری اخلاقی دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معناداری برابر $0/229$ و اثر کلی $0/700$ بر روی گرایش کارآفرینانه است.



شکل ۲. اجرای مدل در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳. اجرای مدل در حالت ضرایب معناداری

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیات پژوهش

نتیجه	T Statistics (O/STERR)	Original Sample (O)	روابط
تأیید	۵۱/۵۹۳	۰/۹۰۷	رهبری اخلاقی ← تسهیم قدرت
تأیید	۲۳/۹۰۹	۰/۸۲۶	رهبری اخلاقی ← هدایت اخلاقی
تأیید	۱۸/۸۰۸	۰/۸۲۱	رهبری اخلاقی ← جهت‌گیری مردمی
تأیید	۲۶/۰۳۳	۰/۸۴۶	رهبری اخلاقی ← وضوح نقش
تأیید	۱۴/۹۲۱	۰/۷۴۸	رهبری اخلاقی ← سرمایه اجتماعی
تأیید	۳/۵۳۹	۰/۴۷۱	رهبری اخلاقی ← گرایش کارآفرینانه
تأیید	۱۶/۸۳۸	۰/۸۰۰	سرمایه اجتماعی ← رابطه‌ای
تأیید	۳۷/۱۳۴	۰/۸۹۸	سرمایه اجتماعی ← شناختی
تأیید	۲۴/۳۷۹	۰/۸۳۲	سرمایه اجتماعی ← ساختاری
تأیید	۲/۵۰۶	۰/۳۰۷	سرمایه اجتماعی ← گرایش کارآفرینانه
تأیید	۱۰/۷۶۴	۰/۶۷۴	گرایش کارآفرینانه ← نوآوری
تأیید	۱۲/۴۴۹	۰/۷۵۱	گرایش کارآفرینانه ← ریسک‌پذیری
تأیید	۲۰/۵۵۵	۰/۷۸۷	گرایش کارآفرینانه ← پیشگامی
تأیید	۱۵/۱۷۰	۰/۸۰۰	گرایش کارآفرینانه ← رویکرد تهاجمی
تأیید	۱۵/۳۹۲	۰/۷۸۲	گرایش کارآفرینانه ← استقلال‌طلبی
۰/۲۲۹ = ۰/۳۰۷ × ۰/۷۴۸		رهبری اخلاقی ← سرمایه اجتماعی ← گرایش کارآفرینانه	

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی نقش میانجی‌گری سرمایه اجتماعی در رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه در شرکت‌های دانش‌بنیان واقع در پارک علم و فناوری شیخ بهایی اصفهان انجام گرفت. همان‌طور که در پیشینه پژوهش اشاره شد مطالعات متعددی به بررسی تأثیر رهبری اخلاقی، سرمایه اجتماعی و گرایش کارآفرینانه به صورت زوجی یا دوجه‌دو پرداختند که نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های پیشین تا حدودی هم‌سو بوده و آن‌ها را تأیید می‌کند. در فرضیه اول، رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه با شدت اثر ۰/۴۷۱ تأثیر داشته

است. پژوهش‌هایی در زمینه ارتباط بین اخلاق کسب‌وکار بر نگرش به برند صورت گرفته است به عنوان مثال، سورانی یانچشمه (۱۳۹۷)، شجاعی و همکاران (۱۳۹۷) و ده‌ار (۲۰۱۶) که اثبات می‌کنند رهبری اخلاقی بر رفتارهای نوآورانه و کارآفرینانه رابطه مثبت دارد؛ بنابراین رابطه بین رهبری اخلاقی بر گرایش کارآفرینانه با مقدار تأثیر ۰/۴۷۱ در این پژوهش با یافته‌های آن پژوهش‌ها سازگاری و مشابهت دارد. انتظار می‌رود رهبران اخلاقی، بیش از دیگر رهبران نیازهای تکاملی (رشد) کارکنان را در نظر بگیرند و کارکنان را در مقام‌هایی که بتوانند در آن متناسب با آن نقش کاری و حس معناداری در شغل خود تجربه کنند، قرار دهند. چنین رهبرانی، احتمالاً با کارکنان خود محترمانه رفتار می‌کنند و آن‌ها را به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به هدف فرض نمی‌کنند. این احترام نسبت به مقام انسانی، باید به تجربه‌ی کارکنان حس قوی معنا در محل کار بیانجامد؛ زیرا اهداف آن‌ها با اهداف سازمانی همگام است. چنین رهبرانی، با اعطای استقلال در محل کار، احساس خودمختاری را در کارکنان می‌پروراند و آن را به اطمینانی که بین رهبران اخلاقی و پیروان آن‌ها وجود دارد، پیوند می‌دهند. در مجموع، رفتارهای رهبری اخلاقی که از حقوق فردی کارکنان (به‌ویژه اصلی‌ترین حقوق از جمله احترام، شأن و استقلال) حفاظت می‌کند، به گرایش کارآفرینانه بیشتر کارکنان و سازمان می‌انجامد.

مطابق فرضیه دوم، رهبری اخلاقی بر سرمایه اجتماعی با شدت اثر زیادی ۰/۷۴۶ تأثیر داشته است. پژوهش‌هایی در زمینه ارتباط بین رهبری اخلاقی بر سرمایه اجتماعی انجام شده است که می‌توان به مطالعات عبدالشاه و همکاران (۱۳۹۶)، دوستار و قاسمی دهشالی (۱۳۹۵) و اکرم و همکاران (۲۰۱۶) اشاره کرد که اغلب آن‌ها این رابطه را مثبت و معنادار اعلام کردند، بنابراین رابطه بین رهبری اخلاقی بر سرمایه اجتماعی با مقدار تأثیر ۰/۷۴۶ در این پژوهش با یافته‌های آن پژوهش‌ها کاملاً سازگاری و مشابهت دارد. با مشخص شدن تأثیر رهبری اخلاقی بر تولید سرمایه اجتماعی، می‌توان گفت با توجه به میزان مطابقت رفتار رهبر با ابعاد رهبری اخلاقی، چگونه رهبران سازمان‌ها با رفتار خود می‌توانند حداقل بر رشد همدلی، اعتماد و مشارکت کارکنان خود مؤثر باشند و این تأثیر و تأثر می‌تواند دو سویه باشد. این مطلب نشان می‌دهد هنگامی که بین این سرمایه‌های انسانی بحث اخلاق مطرح باشد، این سرمایه‌ها به سرمایه‌های اجتماعی تبدیل می‌شود که در نهایت، سبب ایجاد همگرایی میان کارکنان و مدیران می‌شود و این همگرایی سبب وحدت در مقابل کثرت می‌شود که سرانجام با نگاه سیستمی می‌توان دید که موجب کلی می‌شود که اثر آن بیشتر از جمع اجزاست که در نهایت، یک رابطه بُرد را در میان کارکنان ایجاد می‌کند.

نتایج فرضیه سوم مبنی بر رابطه تأثیر مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه نیز با یافته‌های پژوهش طاهری‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)، حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۵)، منتظری و همکاران (۱۳۹۵)، ربیعی و صادق‌زاده (۱۳۹۰)، چای و تانک‌کو (۲۰۱۵)، انگلن و همکاران (۲۰۱۵) و کافچه و حسینی (۲۰۱۵) همسو است. با افزایش سطح سرمایه ساختاری به عنوان میزانی که افراد با یکدیگر در سازمان‌ها ارتباط برقرار می‌کنند، افزایش سطح سرمایه رابطه‌ای در کارکنان، یعنی بهبود ماهیت و کیفیت این روابط و در نهایت با افزایش سطح سرمایه شناختی در کارکنان، می‌توان انتظار داشت که گرایش کارآفرینانه در سازمان نیز افزایش یابد؛ به عبارت دیگر، می‌توان گفت با افزایش سطح سرمایه اجتماعی به عنوان توانایی کنشگران برای به دست آوردن و حفظ منابع، بر اثر عضویت در شبکه‌های اجتماعی در کارکنان، کارکنان میزان کارآفرینی بیشتری از خود بروز می‌دهند و بر عکس با کاهش این توانایی، به مراتب کارکنان سطح کمتری از کارآفرینی را تجربه می‌کنند.

در نهایت، نقش میانجی‌گری سرمایه اجتماعی بر رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه نیز مورد تأیید قرار گرفت. نتیجه فرضیه اصلی را می‌توان این‌گونه تبیین کرد که رهبری اخلاقی با رفتارهای خود از قبیل الگو بودن، عمل‌گرایی و تقویت روابط بین فردی، زمینه رشد و توسعه کارکنان را فراهم می‌آورد. در چنین شرایطی، کارکنان اطمینان خاطر بیشتری داشته و به این باور می‌رسند که تلاش‌ها و دستاوردهای آن‌ها دیده خواهد شد. در نتیجه اعتماد بیشتری به مدیران و همکاران داشته و سازمان را محیطی برای شکوفایی خود می‌پندارند. این اعتماد باعث رشد همدلی، مشارکت و رضایت شغلی کارکنان می‌شود که این امر باعث تقویت سرمایه اجتماعی و به تبع آن گرایش کارآفرینانه می‌شود.

پیشنهادها

با توجه به مطالب بیان‌شده و یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان گفت سرمایه اجتماعی نقش مؤثری در رابطه بین رهبری اخلاقی و گرایش کارآفرینانه دارد. از این رو در ادامه پیشنهادهایی در جهت پیاده‌سازی و ارتقاء سرمایه اجتماعی و رهبری اخلاقی ارائه می‌شود.

- افزایش آموزش‌های اخلاقی در شرکت برای مدیران از قبیل برگزاری دوره‌های اخلاق کسب‌وکار، مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی، اخلاق حرفه‌ای و آشنایی با استانداردهای موجود در هر صنعت، می‌تواند گرایش مدیران را در حرکت به سوی رفتارهای مسئولانه و اخلاقی در کسب‌وکار هدایت کند؛

- ارائه آموزش به کارکنان در زمینه مهارت‌های ارتباطی و نحوه تعامل سازنده با یکدیگر می‌تواند به بهبود سرمایه اجتماعی در سازمان کمک کند؛
 - مدیران بهتر است که از ایجاد گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و غیررسمی در سازمان حمایت کنند زیرا این گروه‌ها می‌توانند روابط بین کارکنان را توسعه داده و میزان مشارکت و اعتماد اجتماعی افراد و در نتیجه سرمایه اجتماعی را افزایش دهند؛
 - پیشنهاد می‌شود که از شاخص‌های سرمایه اجتماعی در سیستم‌های مدیریت و ارزیابی عملکرد کارکنان استفاده شود؛
 - تأکید بر اموری نظیر سطح بالای برونداد سازمانی و اجتماعی، بهبود روابط آزاد، تشویق کارکنان به ارائه طرح‌های ابتکاری و همچنین ایجاد استقلال شغلی و فرصت‌هایی برای بیان آراء و نظرات از سوی رهبر اخلاقی برای کارکنان؛
 - تقویت فرهنگ سازمانی مبتنی بر اخلاق مانند نهادینه کردن قوانینی که در آن اصول اخلاقی یکی از معیارهای اصلی انتخاب مدیران باشد؛
 - ایجاد واحدی برای تحلیل و تفسیر اصول اخلاقی و انتقال یافته‌ها به مدیران و کارکنان و نظارت و داوری میان آن‌ها و انتخاب افرادی مناسب برای این منظور.
- همچنین به عنوان پیشنهادی برای پژوهشگران آینده، می‌توانند این پژوهش را در دیگر سازمان‌ها نیز انجام داد و نتایج آن را با نتایج این پژوهش مقایسه کرد. استفاده از مدل‌های دیگر جهت سنجش متغیرهای رهبری اخلاقی، سرمایه اجتماعی و گرایش کارآفرینانه نیز می‌تواند توسط پژوهشگران انجام شود. در نهایت، می‌توان تأثیر متغیرهای سازمانی، محیطی و فردی دیگر را نیز بر رابطه بین متغیرهای این پژوهش مورد سنجش قرار داد.
- ارزش مقاله حاضر نشان دادن این نکته است که با تکیه بر رهبری اخلاقی و نشان دادن رفتار مناسب هنجاری از راه فعالیت‌های فردی، ارتباطات بین فردی و ترویج این قبیل رفتارها به پیروان می‌توان باعث افزایش سطح سرمایه اجتماعی در سازمان و به دنبال آن گرایش کارآفرینانه شد.
- از سوی دیگر، محدودیت مهم این پژوهش در جامعه آماری آن است. این پژوهش می‌توانست در دیگر پارک‌های علم و فناوری و در سطحی گسترده‌تر صورت گیرد تا از

این راه قابلیت تعمیم نتایج تحقیق بیشتر شود ولی بنا بر مشکلات ناشی از هزینه‌ها، فشار زمان و عدم توانایی برای دستیابی به اطلاعات شرکت‌های دیگر جامعه آماری و به دنبال آن نمونه آماری به شرکت‌های پارک علم و فناوری شیخ بهایی اصفهان محدود شد. تحقیق حاضر در بازه زمانی مشخصی انجام شده بنابراین با تغییر شرایط و زمان، نتایج این تحقیق می‌تواند تغییر یابد. همچنین، چون پرسش‌های پرسشنامه مبتنی بر خودگزارشی است و افراد باید رفتار و نگرش‌های خود را در پنج طیف کاملاً مخالف تا کاملاً موافق مورد قضاوت قرار دهند، همیشه این احتمال وجود دارد که در تکمیل پرسشنامه توسط پاسخ‌دهندگان، آن‌ها رفتارها و نگرش‌های مطلوب‌تری از خود را ارائه دهند و در نتیجه داده‌های حاصل از پرسشنامه تحت تأثیر سوگیری مطلوبیت اجتماعی قرار گرفته باشد.

منابع

- اسماعیلی، محمودرضا. موسوی نژاد، سیدهدادی. شاه سیاه، ندا. (۱۳۹۴). گرایش به کارآفرینی سازمان در صنعت بیمه: تاکید بر نقش سرمایه اجتماعی و فرهنگ سازمانی. *پژوهشنامه بیمه*، ۴، ۴۳-۶۳.
- باقری مجد، روح‌اله. مهاجران، بهناز. فلاح فرامرزی، محسن. (۱۳۹۴). بررسی روابط بین سرمایه اجتماعی، مشارکت سازمانی و سرمایه انسانی در نظام آموزش عالی. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)*، ۳، ۲۰۷-۲۲۵.
- حسین‌پور، داود. خانباشی، محمد. گنجی‌زاده مرادلو، حامد. رشید، علی اصغر. (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و رفتارهای کارآفرینانه. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۳، ۴۶۳-۴۸۲.
- حسینی‌نیا، غلامحسین. مقدس فریمانی، شهرام. جعفری، آتنا. (۱۳۹۶). تأثیر گرایش کارآفرینانه شرکت‌های تعاونی تهیه و تولید نهارها و ادوات کشاورزی بر عملکرد آن‌ها: با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری گرایش به بازار. *تعاون و کشاورزی*، ۲۲، ۱-۳۵.
- خوش‌چهره، محمد. حبیبی، نیک‌بخش. (۱۳۹۶). اثربخشی سرمایه اجتماعی در نظام توسعه ملی. *فصلنامه مطالعات منابع انسانی*، ۲۴، ۱۵۷-۱۸۸.
- دوستار، محمد. قاسمی دهشالی، حمیدرضا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین رهبری اخلاقی مدیران یا سرمایه اجتماعی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در سازمان‌های فرهنگی گیلان. *جستارهای اجتماعی*، ۳، ۹۱-۱۱۱.
- ربیعی، علی. صادق‌زاده، حکیمه. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۴، ۱۹۱-۲۰۲.
- زراعی، عظیم‌اله و بازار، عاطفه. (۱۳۹۵). تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب‌وکار منتج از ظرفیت جذب و آشننگی بازار، کاوش‌های مدیریت بازرگانی. ۱۵، ۱۰۹-۱۳۱.

سورانی یانچشمه، رضا. (۱۳۹۷). تأثیر رهبری اخلاقی بر اشتیاق شغلی با نقش میانجی جو سازمانی نوآورانه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های آزاد شهر تهران (مورد مطالعه: شهر تهران). پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۴۰، ۱۰۱۰-۱۰۲۷.

شجاعی، محمدحسین. زرندیان، ندا. اسماعیلی، سعیده. (۱۳۹۷). تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتارهای نوآورانه کارکنان: با نقش میانجی رهبر - عضو و استقلال شغلی. فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، ۴۸، ۱۳۱-۱۵۱.

طاهری‌زاده، آسیه. میرغفوری، سیدحبیب‌اله. ناصرصدرآبادی، علیرضا. (۱۳۹۷). رابطه‌ی سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی با استفاده از رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری: مورد مطالعه. مدیریت سلامت، ۲۱ (۷۲)، ۷۷-۸۹.

عبدالشاه، محمد. مقیمی، مصطفی. خطیبی، سیدامیرمحمد. (۱۳۹۶). رهبری اخلاقی و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی در سازمان‌های خدماتی دولتی (مورد مطالعه: سازمان ثبت اسناد و املاک تهران). مدیریت سرمایه اجتماعی، ۲، ۲۶۴-۲۴۵.

علیزاده کنگاچر، رضا. (۱۳۹۴). بررسی نقش میانجی انگیزش کارکنان در تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی. فصلنامه مطالعات منابع انسانی، ۱۵، ۱۲۵-۱۴۶.

گل‌پرور، محسن. فریبا، پاداش. آتش‌پور، سیدحمید. (۱۳۸۹). مدل تقویت احساس انرژی، توانمندی و خلاقیت کارکنان از راه رهبری اخلاقی. سلامت در کار/ایران، ۷(۳)، ۴-۱۱.

مبینی دهکردی، علی. رضادازه، آرش. دهقان نجم‌آبادی، عامر. دهقان نجم‌آبادی، منصور. (۱۳۹۱). تأثیر فرهنگ سازمانی بر گرایش کارآفرینانه سازمان (مطالعه موردی: شرکت خودروسازی زامیاد). توسعه کارآفرینی، ۴، ۴۷-۶۶.

منتظری، محمد. پسندی‌پور، ندا. علیرضایی، اسدالله. (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: کسب‌وکارهای کوچک و متوسط منطقه ویژه اقتصادی سیرجان). مدیریت سرمایه اجتماعی، ۴، ۵۸۳-۶۰۵.

نوروزی، حسین. کاملی، علی رضا. بیگی، رؤیا. مهدبی، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر جو سازمانی بر عملکرد سازمانی کارکنان از راه سرمایه‌ی اجتماعی (مورد مطالعه: کارکنان شهرداری مناطق پنج گانه شهر رشت). مدیریت سرمایه اجتماعی، ۱، ۱۳۷-۱۵۴.

Akram, T. Lei, S. Hussain, S. T. Haider, M. J. & Akram, M. W. (2016). Does relational leadership generate organizational social capital? A case of exploring the effect of relational leadership on organizational social capital in China. *Future Business Journal*, 2(2), 116-126.

Andrews, R. (2010). Organizational social capital, structure and performance, *Human Relation*, 63(5): 583-608.

Brouthers, K. D. Nakos, G. & Dimitratos, P. (2015). SME entrepreneurial orientation, international performance, and the moderating role of strategic alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5): 1161-1187.

Brown, M. E. & Mitchell, M. S. (2010). Ethical and unethical leadership: Exploring new avenues for future research. *Business Ethics Quarterly*, 20(4): 583-616.

- Brown, M. E. Trevino, L. K. & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97: 117–134.
- Castro, I. Galán, J. L. & Bravo, S. (2014). Entrepreneurship and social capital: evidence from a Colombian business incubator. *Innovar*, 24(1): 91- 100.
- Chih-Hsing L. & Tingko, L. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. *International Journal of Hospitality Management*, 46(3): 138–150.
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares approach to structural equation modeling*. In: G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, pp. 295-358. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Covin, J.G. & Lumpkin, G.T. (2011). Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 35(5): 855-872.
- Davis, J. L. Greg Bell, R. Tyge Payne, G. & Kreiser, P. M. (2010). Entrepreneurial orientation and firm performance: The moderating role of managerial power. *American Journal of Business*, 25(2), 41-54.
- De la Vega, R. (2016). *Corporate Entrepreneurship, Entrepreneurial Orientation and Innovative Outcomes: Shedding Some Light on the Effect of the Focus of Innovation*. In United States Association for Small Business and Entrepreneurship. Conference Proceedings (p. HY1). United States Association for Small Business and Entrepreneurship.
- Dhar, R. L. (2016). Ethical leadership and its impact on service innovative behavior: The role of LMX and job autonomy. *Tourism Management*, 57: 139-148.
- Dharmadasa, P. (2009). *Organisational Learning, Innovation and Performance in Family-Controlled Manufacturing Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Australia*. Dissertation PHD Faculty of Business, Technology and Sustainable Development, Bond University.
- Engelen, A. Kaulfersch, A. & Schmidt, S. (2015). The contingent role of top management's social capital on the relationship between entrepreneurial orientation and performance. *Journal of Small Business Management*, Available at <http://onlinelibrary.wiley.com>.
- Franco, M. & Haase, H. (2013). Firm resources and entrepreneurial orientation as determinants for collaborative entrepreneurship. *Management Decision*, 51(3): 680-696.
- Gholami, S. & Birjandi, M. (2016). The effect of market orientation and entrepreneurial orientation on the performance of SMEs. *Journal of Current Research in Science*, 11(1), 361-369.
- Giessner, S. and Van Quaquebeke, N. (2010). Using a relational models perspective to understand normatively appropriate conduct in ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 95(1): 43-55

- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3): 114-135.
- Johnson, S. Schnatterly, K. & Hill, A. (2013). Board Composition Beyond Independence: Social Capital, Human Capital, and Demographics. *Journal of Management*, 39(1): 232- 262.
- Kafcheh, P. & Hosseini, S.E. (2015). Relationship between social capital and entrepreneurship in developing countries (case study: Kurdistan Province of Iran). *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 4(1): 72-81.
- Kalshoven K, Den Hartog D, De Hoogh A. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW). *The Leadership Quarterly*; 22(1): 51-69
- Koh, TY; Rowlinson, S. (2012). Relational approach in managing construction project safety: a social capital perspective. *Accident Analysis & Prevention*, 48: 134-144.
- Lumpkin, G. T. Cogliser, C. C. & Schneider, D. R. (2009). Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1): 47-69.
- Ma, Y. J. Kim, M. J. Heo, J. S. & Jang, L. J. (2012). The Effects Entrepreneurship and Market Orientation on Social Performance of Social Enterprise. *In Int Conf Econ Market Manager*, 28 (3): 60-65.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29: 770-791.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*. 23(2): 242-266.
- Narayan, D. and L. Pritchett (2015), Cents and Sociability: Household Income and Social Capital in Rural Tanzania. *Economic Development and Cultural Change*, 47: 871-889
- Piccolo, R.F; Greenbaum, R, Den Hartog, D.N & Folger, R (2010). The relationship between ethical Leadership and core job charecteristics. *Journal of Business and psychology*, 27(3): 259-316.
- Pittino, D. Visintin, F. & Lauto, G. (2017). A configurational analysis of the antecedents of entrepreneurial orientation. *European Management Journal*, 35(2): 224-237.
- Prahalad, C. & Hammel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review Journal*, 68(3): 79-90.
- Shirokova, G. Bogatyreva, K. Beliaeva, T. & Puffer, S. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in different environmental settings: contingency and configurational approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 703-727.
- Soriano, D. R. & Castrogiovanni, G. J. (2012). The impact of education, experience and inner circle advisors on SME performance: insights from a study of public development centers. *Small Business Economics*, 38(3): 333- 349.

- Starrett, D. (2015). Social Institutions, Imperfect Information, and the Distribution of Income. *Quarterly Journal of Economics*, 90: 261-84
- Tarrow, S. (2014). Making Social Science Work Across Space and Time: A Critical Reflection on Robert Putnam's "Making Democracy Work". *American Political Science Review*, 2: 389-97
- Turkina, E. and Thai, M. (2013). Social Capital, Networks, Trust and Immigrant Entrepreneurship: A Cross-Country Analysis. *Journal of Enterprising Communities*, 7 (2): 108-124
- Veisi, R. & Irandoost, M. (2015). Investigation the Effect of Entrepreneurial Orientation on Financial Performance of Restaurant. *Teknologi Tanaman*, 12: 304-307.
- Yasir, M. (2017). *The mediating effect of organizational ethical climate on the relationship between ethical leadership and workplace deviance in public healthcare sector of Pakistan*. Doctoral thesis, Faculty of Management, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai.