



دانشگاه گوارا، دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد ششم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۸

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۶۴-۵۳

DOI: 10.22069/jead.2021.18645.1436

## بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه

زهرا اطهری<sup>۱\*</sup>، منیژه لطفوی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup>استادیار و عضو هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

<sup>۲</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه رازی کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۵

### چکیده

سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق ایده‌های نو و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه کمک بسیار نماید و برای آن‌ها مزیت سازمانی پایدار ایجاد کند. لذا، هدف این تحقیق توصیفی - همبستگی، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه بود. جامعه آماری کلیه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه به تعداد ۲۰۰ نفر بودند. نمونه‌های تحقیق بر اساس جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۱۳۲ نفر تعیین و با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌های استاندارد ناهاپیت و قوشال (۱۹۹۸) و اسپیرز، هاگ و بلوم (۲۰۰۸) (به ترتیب برای سنجش سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی) بود که برای تعیین روایی و اعتبار سازه‌ای از شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و به منظور بررسی پایایی آن‌ها از پایایی مرکب (CR) و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. داده‌های گردآوری شده، با تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری از طریق نرم‌افزار AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. بر پایه یافته‌ها، سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه دارد. به طوری که، سرمایه‌های شناختی، رابطه‌ای و ساختاری به ترتیب تأثیر معناداری بر کارآفرینی سازمانی دارند و در کل ۶۳ درصد از تغییرات واریانس آن را تبیین می‌کنند.

**واژه‌های کلیدی:** سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، سرمایه شناختی، سرمایه رابطه‌ای، سرمایه ساختاری.

### مقدمه

وجود سرمایه اجتماعی کلید استقرار جامعه مدنی و حیات شهروندی در هر جامعه‌ای است و عدم سرمایه اجتماعی به ناکارآمدی بسیاری از سیاست‌ها و طرح‌های پیشنهادی در زمینه برنامه‌ریزی منجر

می‌گردد. سرمایه اجتماعی که نوعی تولید اجتماعی قابل مدیریت به شمار می‌آید مقوله‌ای نسبتاً تازه و ناشناخته در کنش اجتماعی محسوب می‌شود و در اقتصاد کشورهای توسعه نیافته، سرمایه اجتماعی را حلقه مفقوده توسعه نامیدند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴).

\*نویسنده مسئول: z.athari@gmail.com

دارای ابعاد و مؤلفه‌های متعددی است که می‌توان آن‌ها را شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و ریسک‌پذیری در نظر گرفت (Scheepers et al, 2008).

از این رو، می‌توان اذعان کرد سرمایه اجتماعی نقش مهمی در فعالیتهای کارآفرینانه دارد، زیرا همه فعالیت‌های کارآفرینی برای شروع حداقل به دو سرمایه فیزیکی و انسانی نیاز دارند که برای افزایش بهره‌وری به سرمایه سومی به نام سرمایه اجتماعی نیاز است (اسدی و مرادی، ۱۳۹۲؛ علمی و همکاران، ۱۳۸۴).

سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده، چندوجهی و بین رشته‌ای است که علی‌رغم تازگی و پیچیدگی، توجه بسیاری از صاحب‌نظران را به خود جلب کرده و توانسته است از ابهامات و کاستی‌های نظری مباحث اقتصادی اجتماعی تا حد زیادی بکاهد (امیرخانی و پورعزت، ۱۳۸۷).

امروزه سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در جوامع و سازمان‌ها ایفا می‌کند و شبکه روابط جمعی، انسجام بخش میان انسان‌ها و سازمان‌ها است (Westerlund and Svahn, 2008).

به‌طور کلی با استفاده از سرمایه اجتماعی می‌توان استدلال نمود که چرا یک سازمان یا مجموعه به صورت موفقیت‌آمیز حرکت می‌کند و چرا سازمانی در مسیر شکست قرار دارد. سرمایه اجتماعی بر همکاری و هماهنگی نیروهای انسانی سازمان و هنجارهایی که همکاری و هماهنگی در سازمان را افزایش می‌دهند، تأکید دارد. در ادامه به ارائه نتایج پژوهش‌های انجام شده پیرامون تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی پرداخته شده است.

در خصوص مفهوم سرمایه اجتماعی، در یک برداشت جامع Nahapiet and Ghoshal (۱۹۹۸) آن را به عنوان جمع منابع بالفعل و بالقوه موجود در درون، قابل دسترس از طریق و ناشی شده از شبکه روابط یک فرد یا یک واحد اجتماعی تعریف نموده اند. Greene (۲۰۰۱) سرمایه اجتماعی را طیف کاملی از نهادها، اعمال، ابزارها و رفتار یاد گرفته شده تعریف می‌کند که گروه‌ها و افراد را قادر می‌سازد فضاهای فیزیکی را بهره‌ور و فضاهای فرهنگی و اجتماعی را مساعد کنند.

امروزه سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق ایده‌های نو، تسهیل دانش و فعالیت‌های کارآفرینانه کمک بسیار نماید و برای آن‌ها در مقایسه با سازمان‌های دیگر «مزیت سازمانی پایدار» ایجاد کند (اسدی و همکاران، ۱۳۹۲). سرمایه اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان‌ها ایفا کند، چراکه کارآفرینی فرآیندی اجتماعی-اقتصادی است. سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی شناختی و سرمایه اجتماعی رابطه‌ای از طریق سبک شناختی منطقی بر قصد کارآفرینانه اثر مثبت می‌گذارد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴). کارآفرینی سازمانی، مجموعه فعالیت‌هایی است که منابع و حمایت سازمانی برای کسب نتایج نوآورانه به کار گرفته می‌شود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها داشته (احمدپور داریانی، ۱۳۷۸) و توانسته است پویایی سازمانی را با ارائه روش‌های جدید و ایجاد مزیت نسبی به ارمغان بیاورد (جهانگیری و مبارکی، ۱۳۸۸). این نوع کارآفرینی به عنوان یک مفهوم چند بعدی،

محصولات، خود تجدیدی، مخاطره‌پذیری، پیشگامی و رقابت تهاجمی. حسین‌پور و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان دادند که بین کارآفرینی اجتماعی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. خیراندیش و جمشیدی (۱۳۹۵) در پژوهشی که تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی را با میانجی‌گری انگیزش شغلی در میان کارکنان بانک پارسیان بررسی کردند، اذعان نمودند که سرمایه اجتماعی بر انگیزش شغلی و کارآفرینی سازمانی و انگیزش شغلی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر می‌گذارد.

در مجموع براساس مطالعات انجام شده می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی، با ایجاد محیطی مناسب، بر کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار است. باتوجه به مزایای بالای کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌ها و نهادهای مختلف به ویژه در دنیای امروز که با تحولات گسترده‌ای مواجه هستیم، ضروری است که مؤلفه‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های مختلف شناسایی شود و زمینه‌های لازم برای بهبود و توسعه آن فراهم گردد. لذا، بنابر اهمیت بالای سرمایه اجتماعی و نقش تأثیرگذار آن بر مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی (ابعاد ساختاری، رابطه‌ای و شناختی) بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه پرداخته شد، به امید آن‌که با پیدا کردن ارتباطی مؤثر در این مورد بتوان راهکارهای نوینی را در عرصه کارآفرینی با بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی در این سازمان ایجاد نمود. در این راستا، اهداف اختصاصی پژوهش به صورت زیر ارائه می‌شود:

- بررسی تأثیر بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی؛
- بررسی تأثیر بعد رابطه‌ای سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی؛

### پیشینه پژوهش

با توجه به اهمیت موضوع سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی، محققان بسیاری به بحث و بررسی پیرامون آن پرداخته‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد. آشنا و منوریان (۱۳۸۵) در مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی به این نتیجه دست یافتند که اگر سرمایه اجتماعی در یک سازمان از سطح مطلوبی برخوردار نباشد، یادگیری و اعمال متقابل بین اعضای سازمان نیز ضعیف‌تر خواهد بود و این پایین بودن اعتماد موجب سرکوب کارآفرینی خواهد شد. مطالعه قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۷) با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی» نشان داد که سازمانی که دارای سرمایه اجتماعی غنی و خوبی باشد با تأثیری که بر روی تبادل اطلاعات و انتقال دانش ضمنی و صریح دارد، موجب شکوفایی ایده‌های جدید می‌شود. رضایی و درینی (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که ارتباط معناداری بین کارآفرینی سازمانی با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن وجود دارد.

در پژوهشی Andersen and Dagvidar (۲۰۱۳) که به نقش سرمایه اجتماعی و انسانی در فرآیند کارآفرینی تأکید کردند، به این نتیجه دست یافتند که سرمایه اجتماعی اشخاص رابطه مثبتی با احتمال آغاز یک کسب و کار جدید دارد. Nan-Chen و همکاران (۲۰۰۷) در نتیجه بررسی خود اشاره نمودند که بین سرمایه اجتماعی، جهت‌گیری کارآفرینانه و منابع سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. Antoncic and Hisrich (۲۰۰۳) با توجه به بررسی‌هایی که انجام دادند، هشت بعد کارآفرینی سازمانی را برشمردند. این محققان بر این عقیده‌اند که کارآفرینی درون سازمان باید به عنوان مفهوم چندبعدی متمایز، در عین حال مرتبط نگریسته شود. این ابعاد عبارتند از واحدها و کسب و کارهای جدید، نوآوری در فرآیند و

- بررسی تأثیر بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی.

### روش تحقیق

تحقیق حاضر کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی- همبستگی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری کلیه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه به تعداد ۲۰۰ نفر بودند. نمونه‌های تحقیق بر اساس جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۱۳۲ نفر تعیین و با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود که شامل سه بخش ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان، سوالات مربوط به سنجش ابعاد سه‌گانه سرمایه

اجتماعی (سرمایه‌های شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) و در نهایت مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده کارآفرینی سازمانی بود. به منظور سنجش سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه از پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی Nahapiet and Ghoshal (۱۹۹۸) استفاده شد که دارای سه بعد سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه شناختی است. برای سنجش مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی نیز از پرسشنامه استاندارد Scheepers et al (۲۰۰۸) استفاده شد که شامل ۶ مؤلفه نوآوری (۵ گویه)، ریسک‌پذیری (۵ گویه)، پیشگامی (۴ گویه)، نوسازی (۷ گویه)، نگرش فردی (۳ گویه) و فرهنگ کارآفرینی (۵ گویه) است (جدول ۱).

جدول ۱- بخش‌های اصلی پرسشنامه به همراه تعداد گویه‌ها

بخش	زیربخش	تعداد گویه
سرمایه اجتماعی	سرمایه شناختی	۶
	سرمایه رابطه‌ای	۵
	سرمایه ساختاری	۴
کارآفرینی سازمانی	نوآوری	۵
	ریسک‌پذیری	۵
	پیشگامی	۴
	نوسازی	۷
	نگرش فردی	۳
	فرهنگ کارآفرینی	۵

روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه توسط پانل متخصصان (چند تن از اعضای هیأت علمی پردیس کشاورزی و منابع طبیعی) مورد تأیید قرار گرفت. از سوی دیگر، برای تعیین روایی و اعتبار سازه‌ای پرسشنامه از شاخص میانگین واریانس استخراج شده<sup>۱</sup> در قالب تحلیل عاملی تأییدی<sup>۲</sup> استفاده شده است. در

تحلیل عاملی تأییدی، بارهای عاملی که بر روی یک سازه وجود دارند به لحاظ معنی‌داری آماری مورد آزمون قرار می‌گیرند. شاخص میانگین واریانس استخراج شده که از آن تحت عنوان روایی همگرا<sup>۳</sup> نیز یاد می‌شود، نشان می‌دهد که چه درصدی از واریانس سازه مورد مطالعه تحت تأثیر نشانگرهای آن بوده است. محققان مختلف مقدار ۰/۵ به بالا را برای

1. Average Variance Extracted (AVE)  
2. Confirmatory Factor Analysis

3. Convergent Validity

قبول است که مقدار کای اسکوئر بر درجه آزادی کوچکتر مساوی ۳ باشد. مقادیر شاخص‌های CFI، NFI، IFI و GFI باید بیشتر از ۰/۹، RMSEA و RMR به ترتیب کمتر از ۰/۰۸ و ۰/۰۵ باشند (هومن، ۱۳۸۴).

### یافته‌ها

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای: میانگین سن پاسخگویان ۴۲ سال (انحراف معیار: ۷/۲۳) و میانگین سابقه خدمت آنان ۱۹ سال (انحراف معیار: ۷/۸۷) بود. ۵۶ درصد از پاسخگویان زن و ۴۴ درصد از آنان مرد بودند. ۶۰/۶ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی، ۳۶/۴ درصد کارشناسی‌ارشد و تنها ۳ درصد دارای مدرک تحصیلی دکتری بودند.

مدل اندازه‌گیری سازه‌های سرمایه اجتماعی: در این پژوهش به منظور ارزیابی مدل اندازه‌گیری سازه‌های سرمایه اجتماعی از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. مدل اندازه‌گیری متغیرهای پنهان سرمایه اجتماعی با نمایش بارهای عاملی استاندارد شده (پس از اعمال اصلاحات: آزاد کردن خطاهای بین دو نشانگر C5 و C6 سرمایه شناختی، نشانگرهای R1 و R5، و نشانگرهای R2 و R3 سرمایه رابطه‌ای و دو نشانگر S2 و S4 سرمایه ساختاری، که بالاترین کواریانس بین نشانگرهای مورد مطالعه را نشان دادند) و مقدار C.R. (در نرم افزار Amos، رد یا تأیید فرضیه‌ها با C.R. نشان داده می‌شود و اگر این شاخص از ۱/۹۶ بیشتر باشد، نشان از وجود رابطه علی بین متغیرها است و فرضیه تأیید می‌شود) و شاخص‌های روایی و پایایی متغیرهای مکنون در جدول ۲ ارائه شده است.

مناسب بودن این شاخص تعیین نموده‌اند (هومن، ۱۳۸۴).

به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق از پایایی مرکب<sup>۱</sup> و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقادیر این شاخص‌ها به ترتیب باید بیشتر از ۰/۶ و ۰/۷ باشد. پایایی مرکب بیانگر میزان شدت کنترل خطاهای اندازه‌گیری در مدل معادلات ساختاری است. در واقع بایستی گفته شود که در پاسخ به نارسایی‌هایی که روش کرونباخ آلفا دارد این روش نوین جایگزین آن شده است. روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش آمار توصیفی با استفاده از نرم افزار SPSS<sup>22</sup> و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار AMOS بود. در تحقیق حاضر از رویکرد دو مرحله‌ای در مدل معادلات ساختاری استفاده شد. در مرحله اول مدل اندازه‌گیری پیاده شد تا مشخص شود نشانگرها یا شاخص‌های هر سازه با چه دقتی آن سازه (متغیر مکنون) را اندازه‌گیری می‌کنند. در مرحله دوم بر اساس مدل ساختاری، اثر سازه‌ها بر روی یکدیگر مورد تحلیل قرار گرفت تا اثرات علی سازه‌ها بر روی یکدیگر مورد مطالعه قرار گیرد.

جهت ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری از شاخص‌های برازندگی مرتبط استفاده شده است. شاخص‌های برازندگی شامل کای اسکوئر ( $\chi^2$ )، ریشه میانگین مربعات باقیمانده<sup>۲</sup>، شاخص نرم (هنجار) برازندگی<sup>۳</sup>، شاخص برازندگی فزاینده<sup>۴</sup>، شاخص برازندگی تطبیقی<sup>۵</sup>، شاخص میزان انطباق<sup>۶</sup> و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب<sup>۷</sup> هستند. در صورتی برازش مدل مورد بررسی قابل

1. Composite Reliability (CR)
2. Root Mean Square Residual (RMR)
3. Normed Fit Index (NFI)
4. Incremental Fit Index (IFI)
5. Comparative Fit Index (CFI)
6. Goodness of Fit Index (GFI)
7. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

جدول ۲- بارهای عاملی نشانگرهای مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در قالب مدل اندازه‌گیری

سازه	نشانگر	ضریب استاندارد شده	خطای استاندارد	C.R.	$\alpha$	CR	AVE
	چشم‌انداز و اهداف سازمانی	۰/۶۲۳	-	-			
سرمایه شناختی	C1	۰/۶۳۱	۰/۰۹۷	۱۱/۱۰۵**	۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۸۲
	C2	۰/۶۲۳	۰/۱۰۶	۹/۱۲۸**			
	C3	۰/۹۰۴	۰/۱۴۸	۱۰/۱۶۴**			
	C4	۰/۵۳۷	۰/۱۰۵	۸/۰۷۵**			
	C5	۰/۵۰۲	۰/۱۰۳	۷/۶۴۶**			
	C6	۰/۵۷۸	-	-			
سرمایه رابطه‌ای	R1	۰/۵۷۶	۰/۱۳۷	۷/۳۶۷**	۰/۸۱	۰/۹۵	۰/۷۸
	R2	۰/۷۱۸	۰/۱۶۱	۷/۸۴۳**			
	R3	۰/۷۳۴	۰/۱۶۰	۷/۸۶۹**			
	R4	۰/۵۷۹	۰/۱۱۵	۹/۳۱۸**			
	R5	۰/۷۷۷	-	-			
سرمایه ساختاری	S1	۰/۶۲۱	۰/۰۹۳	۸/۴۵**	۰/۸۶	۰/۸۹	۰/۹۷
	S2	۰/۸۸۲	۰/۱۰۷	۱۰/۶۵۳**			
	S3	۰/۷۲۷	۰/۰۸۵	۱۰/۱۱۲**			
	S4						

\*\*معنی‌داری در سطح یک درصد

شده‌اند و روایی و پایایی آن‌ها نیز مورد تأیید است. از سوی دیگر، با توجه به شاخص‌های برازش می‌توان گفت که مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی از برازش مناسبی برخوردار است. در واقع، بر اساس مدل برازش یافته عوامل شرایطی، نشانگرهای مورد استفاده برای سنجش سازه‌ها با زیربنای عاملی آن‌ها تطابق قابل قبولی را نشان می‌دهند (جدول ۳).

با توجه به جدول ۲، مشخص می‌شود که تمامی نشانگرهای سازه‌ها دارای مقدار C.R. بالاتر از ۱/۹۶ هستند. همچنین نتایج جدول مزبور نشان می‌دهد که برای تمامی سازه‌ها مقدار شاخص‌های AVE،  $\alpha$  و CR از مقدار مناسبی برخوردار است. بنابراین، می‌توان گفت که تمامی نشانگرهای مورد استفاده برای سنجش متغیرهای پنهان (سازه‌ها) پژوهش، یعنی سرمایه شناختی، رابطه‌ای و ساختاری به درستی گزینش

جدول ۳- نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری با شاخص‌های برازندگی

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	IFI	NFI	RMR	CFI	GFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	$\leq 3$	$\leq 0.90$	$\leq 0.90$	$\leq 0.05$	$\geq 0.90$	$\geq 0.90$	$\leq 0.08$
مقدار گزارش شده	۲/۲۹	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۰۴۱	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۰۶۸

## زهرا اطهری و منیژه لطفوی

مورد تحلیل قرار گرفت. در این مرحله به منظور ارزیابی نقش نشانگرهای مورد استفاده در شکل‌گیری کارآفرینی سازمانی از روش تحلیل عاملی استفاده گردید. نتایج این تحلیل در جدول ۴ آمده است.

مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی: دومین مدل اندازه‌گیری، متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی است. برای این منظور بار عاملی هر نشانگر بر روی این سازه برآورد و با استفاده از مقدار C.R. معنی‌داری آن

جدول ۴- بارهای عاملی نشانگرهای کارآفرینی سازمانی در قالب مدل اندازه‌گیری

AVE	CR	$\alpha$	C.R.	خطای استاندارد	ضریب استاندارد شده	نشانگر	سازه
			-	-	۰/۶۶۸	En1	نوآوری
			۸/۹۸۲**	۰/۰۹۸	۰/۶۰۲	En2	ریسک‌پذیری
۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۸۶	۹/۶۳۳**	۰/۰۹۲	۰/۶۴۸	En3	پیشگامی
			۱۱/۲۴۷**	۰/۰۹۵	۰/۸۰۲	En4	نوسازی
			۱۰/۹۷۳**	۰/۱۰۸	۰/۷۶۵	En5	نگرش فردی
			۱۰/۵۱۴**	۰/۰۶۸	۰/۴۶۷	En6	فرهنگ کارآفرینی

\*\*معنی‌داری در سطح یک درصد

سازه، از مناسبت لازم برخوردار هستند (پس از اعمال اصلاحات: آزاد کردن خطاهای بین نشانگرهای En1 و En2 و نشانگرهای En3 و En4 که بالاترین کواریانس بین نشانگرهای کارآفرینی سازمانی را نشان دادند). همچنین با توجه به مقادیر شاخص‌های برازندگی می‌توان اظهار داشت که مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی جهت برازش روابط بین سازه و نشانگرهای مربوط به آن در سطح قابل قبولی است (جدول ۵).

با توجه به جدول ۴، مشخص می‌شود که تمامی نشانگرهای سازه‌های کارآفرینی سازمانی دارای مقدار C.R. بالاتر از ۱/۹۶ هستند. بنابراین معناداری روابط در قالب تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که برای این سازه مقادیر شاخص‌های AVE،  $\alpha$  و CR از مقدار مناسبی برخوردار است. بر این اساس مشخص می‌شود که نشانگرهای انتخابی برای این

جدول ۵- نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری با شاخص‌های برازندگی

RMSEA	GFI	CFI	RMR	NFI	IFI	$\frac{x^2}{df}$	شاخص
$\leq 0/08$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$\leq 0/05$	$0/90 \leq$	$0/90 \leq$	$\leq 3$	معیار پیشنهاد شده
۰/۰۵۸	۰/۹۷	۰/۹۹	۰/۰۳۲	۰/۹۷	۰/۹۹	۱/۵۳	مقدار گزارش شده

برای هر سازه به منظور مقایسه با مقادیر ضریب همبستگی بین آن سازه با سایر سازه‌ها جهت بررسی روایی تشخیصی در جدول ۶ آمده است. نتایج نشان دهنده این است که رابطه مثبت و معناداری بین

مدل ساختاری پژوهش: به منظور بررسی مدل ساختاری تحقیق، ابتدا جهت بررسی همبستگی بین متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. علاوه بر آن، ریشه دوم یا جذر AVE

دیگر، ریشه دوم AVE برای هر سازه بزرگتر از مقدار ضریب همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها است. بنابراین می‌توان گفت که نشانگرهای انتخابی برای اندازه‌گیری سازه‌های موجود دارای روایی و اگر لازم هستند.

سازه‌های سرمایه اجتماعی پژوهش وجود دارد در واقع، بین هریک از متغیرهای مستقل (سرمایه ساختاری، سرمایه رابطه‌ای و سرمایه شناختی) با یگدیگر و از سوی دیگر با متغیر وابسته (کارآفرینی سازمانی) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. از سوی

جدول ۶- ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴	AVE
سرمایه ساختاری	۱	-	-	-	۰/۹۷
سرمایه رابطه‌ای	۰/۳۶۴**	۱	-	-	۰/۷۸
سرمایه شناختی	۰/۲۵۸**	۰/۴۳۳**	۱	-	۰/۸۲
کارآفرینی سازمانی	۰/۳۰۳**	۰/۳۴۸**	۰/۴۳۵**	۱	۰/۸۵

\*\*معنی‌داری در سطح یک درصد

جدول ۷، می‌توان نتیجه گرفت ساختار مدل مناسب است. شکل ۱ ضرایب مسیر استاندارد شده را نشان می‌دهد. ضرایب مسیر استاندارد شده نشان‌دهنده قوت روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته در مدل می‌باشند.

دومین مرحله در برآورد مدل، پس از برآورد مدل اندازه‌گیری، برآورد مدل ساختاری یا آزمون معناداری ضرایب مسیر فرض شده در مدل تحقیق و واریانس تشریح شده یا ضریب تبیینی است که به وسیله هر مسیر برآورد می‌گردد. بر اساس نتایج حاصل از

جدول ۷- تحلیل مسیر اثرات سازه‌های تحقیق

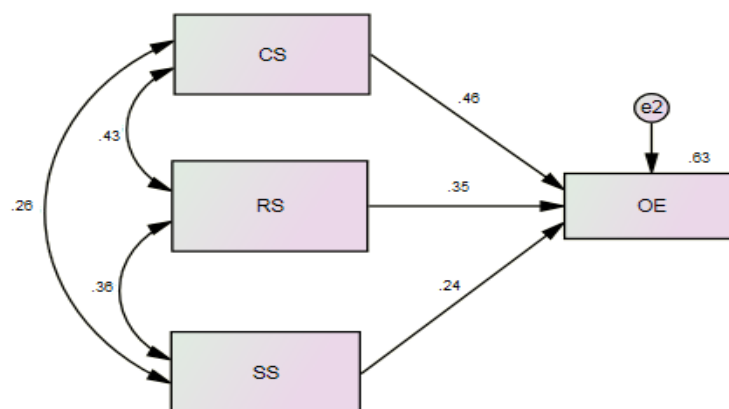
اثر متغیر	بر متغیر	ضریب مسیر	خطای استاندارد	C.R.	سطح معنی‌داری	R <sup>2</sup>
سرمایه شناختی (CS)	کارآفرینی	۰/۴۶۳	۰/۰۶۸	۶/۱۵۲**	۰/۰۰۱	۰/۶۳۱
سرمایه رابطه‌ای (RS)	سازمانی	۰/۳۵۱	۰/۰۶۱	۴/۵۶۲**	۰/۰۰۱	
سرمایه ساختاری (SS)	(OE)	۰/۲۳۷	۰/۰۵۹	۳/۱۳۵**	۰/۰۰۱	

\*\*معنی‌داری در سطح یک درصد

مستقل را نشان می‌دهد. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، سرمایه‌های شناختی، سرمایه رابطه‌ای و ساختاری بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معناداری دارند و در کل ۶۳ درصد از تغییرات واریانس آن را تبیین می‌کنند.

برازش: مدل با استفاده از مدل معادلات ساختاری می‌توان اثرات مستقیم، هریک از متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته را نشان داد. جدول ۷، اثرات متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته و همچنین میزان ضریب تبیین (R<sup>2</sup>). متغیر وابسته توسط متغیرهای





شکل ۱- مدل ساختاری برآزش یافته تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (سرمایه شناختی: CS، سرمایه رابطه‌ای: RS، سرمایه ساختاری: SS، کارآفرینی سازمانی: OE)

### بحث و نتیجه‌گیری

است و سپس، به ترتیب ابعاد رابطه‌ای و ساختاری قرار دارند. بعد شناختی سرمایه اجتماعی بیانگر اشتراک کارکنان درون یک شبکه اجتماعی، چشم‌انداز و درک مشترک میان آنان است. با توجه معنادار و مستقیم بودن تأثیر بعد شناختی و کارآفرینی سازمانی، می‌توان گفت که به همان نسبتی که مدیران سازمان دیدگاه مشترکی نسبت به مسائل مختلف داشته و نسبت به اهداف و مأموریت‌های سازمان، هم عقیده و هماهنگ باشند، بعد شناختی سرمایه اجتماعی نیز ارتقا خواهد یافت. در نتیجه، تعامل و همکاری کارکنان سازمان بیشتر خواهند شد و این موضوع به پیشبرد برنامه‌های کارآفرینی سازمانی کمک می‌نماید. از سوی دیگر، سرمایه رابطه‌ای با ترویج حس اعتماد، احترام متقابل، مشارکت، صداقت و افزایش همکاری و هماهنگی درون سازمانی می‌تواند به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان کمک شایانی نماید. به عبارت دیگر، با افزایش پیوندهای شبکه‌ای، اعتماد، تعهدات، روابط شبکه‌ای و انتظارات متقابل و هویت مشترک قدرت و جسارت بیشتری به اعضای سازمان می‌بخشد. این سطح از روابط و اعتماد به توانمندی‌های یکدیگر، زمینه تبادل دانش و تجربه‌ها را فراهم می‌کند و با خلق ایده‌های نوین توسط

امروزه سرمایه اجتماعی یکی از قابلیت‌ها و دارایی‌های مهم سازمانی است که می‌تواند به سازمان‌ها در خلق ایده‌های نو و فعالیت‌های کارآفرینانه کمک بسیار نماید. لذا، هدف از این تحقیق بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه بود. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که مدل تحقیق برآزش مناسبی دارد. براساس نتایج پژوهش، سرمایه اجتماعی تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی می‌گذارد. بنابراین سرمایه اجتماعی در بین کارکنان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه می‌تواند نقش مهمی در بهبود و توسعه کارآفرینی سازمانی داشته باشد. از این رو، توسعه سرمایه اجتماعی در این سازمان می‌تواند با افزایش اعتماد و تعامل بین اعضای سازمان، توسعه فعالیت گروهی، افزایش هویت سازمانی، بسیج امکانات و منابع انسانی و گسترش روابط درونی و بیرونی سازمان، زمینه افزایش خلاقیت و نوآوری و به تبع آن، توسعه کارآفرینی در سازمان را مهیا کند.

همان‌گونه که در بخش یافته‌ها ملاحظه شد، ضرایب رگرسیونی استاندارد شده نشان داد که سرمایه شناختی دارای بیشترین تأثیر در کارآفرینی سازمانی

همکاران همراه خواهد شد. پس نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت و نوآوری و توسعه کارآفرینی حائز اهمیت می‌باشد. نتایج تحقیق انجام شده با یافته‌های تحقیق اسدی و مرادی (۱۳۹۲)، تسلیمی و همکاران (۱۳۸۵) همخوانی دارد.

براساس نتایج، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی نیز تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی در جامعه مورد مطالعه دارد. این یافته با نتایج تحقیقات خیراندیش و جمشیدی (۱۳۹۵)، بادسار و همکاران (۱۳۹۴) و Kent و همکاران (۲۰۱۴) همسو است. سرمایه ساختاری به الگوی کلی روابط گروهی در سازمان اشاره دارد، لذا ایجاد گروه‌های کاری و روابط مبتنی بر شبکه منجر به تقویت سرمایه اجتماعی می‌شود و امکان دسترسی کارآمدتر و مؤثرتر به منابع و امکانات را برای سازمان جهاد کشاورزی فراهم می‌آورد. هر چه مدیران سازمان با افراد درون و بیرون سازمان روابط نزدیک‌تر و گسترده‌تری داشته باشند، منابع سازمان بهره‌وری بیشتری می‌یابند و همین امر توسعه کارآفرینی سازمانی را تسهیل می‌بخشد. در این زمینه مدیران می‌توانند بر شفاف‌سازی اطلاعات در سازمان، توانمندسازی کارکنان بر استقلال عمل و آزادی کارکنان و مشارکت در تصمیم‌گیری تأکید بیشتری داشته و کارکنان را به سوی خلاقیت و نوآوری در انجام فعالیت‌ها سوق دهند.

در مجموع بر پایه یافته‌های پژوهش، سازمان جهاد کشاورزی باید برای کارکنان خود فرصت‌هایی را فراهم کند که بتوانند آموخته‌های جدید خود را به یکدیگر انتقال دهند. البته هنگامی به انتقال آموخته‌ها و یادگیری اجتماعی و فعالیت‌های تیمی و گروهی ترغیب می‌شوند که شرایط مناسب و از جمله حس اعتماد، همکاری و مشارکت در سازمان ایجاد شود. بنابراین می‌توان گفت که مدیران سازمان‌ها با اتخاذ تدابیر لازم از قبیل افزایش حس اعتماد، همکاری و

مشارکت بین اعضای سازمان، داشتن چشم‌انداز مشترک، شفافیت در تصمیم‌گیری و تسهیل ارتباطات می‌توانند در تولید و انتقال دانش موفق باشند و کارآفرینی سازمانی را بهبود بخشند. در نهایت، مدیران سازمان جهاد کشاورزی می‌توانند کارکنان خود را به بیان راهکارهای نوین و نظرات خلاقانه در فضای دوستانه و صمیمی و آکنده از اعتماد تشویق کنند، در این صورت می‌توان با تأکید بر آموزش کارکنان و ایجاد فضای کاری مناسب، رضایت شغلی آنان را افزایش داد که این امر موجب توسعه سرمایه اجتماعی و به تبع آن کارآفرینی سازمانی می‌شود.

### منابع

- احمدی، س.ع.ا، نظری زاده، ا.ع.، سپهوند، ر.، و نظری پور، ا.ه. (۱۳۹۲). بررسی رابطه سرمایه روانشناسی و کارآفرینی سازمانی در میان کارکنان پلیس فرودگاه‌های کشور. فصلنامه دانش انتظامی، ۱۵(۴): ۶۰-۷۸.
- اسدی، ن.، و مرادی، آ. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان. نشریه مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمالی، ۱۱(۲): ۲۹-۴۰.
- احمدپور داریانی، م. (۱۳۷۸). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، پردیس ۵۷.
- آشنا، م.، و منوریان، ع. (۱۳۸۵). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی درون سازمانی، فرهنگ و مدیریت، ۱۴: ۱۵۰-۱۲۳.
- امیرخانی، ط.، و پورعزت، ع. (۱۳۸۷). تأملی بر امکان توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو عدالت سازمانی در سازمان‌های دولتی، مجله مدیریت دولتی، ۳۲: ۱۹-۱.
- بادسار، م.، رضایی، ر.، و درینی، ر. (۱۳۹۴). بررسی اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره. نشریه علوم ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۱: ۱۵۸-۱۴۹.

۷. تسلیمی، م.ر.، منوریان، ع.، و آشنا، م. (۱۳۸۵). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی. فرهنگ و مدیریت، ۴(۱۴): ۲۷-۵۶.
۸. جهانگیری، ع.، و مبارکی، م.ح. (۱۳۸۸). ارائه چارچوب ادراکی مناسب از کارآفرینی در بخش دولتی. توسعه و کارآفرینی، ۳(۱): ۳۶-۴۵.
۹. حسین پور، د.، و آذر، م. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه فکری و اجتماعی با عملکرد سازمانی از نظر مدیران و کارکنان. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۳(۷): ۲۹-۱۹.
۱۰. خیراندیش، م.، و جمشیدی، ح. (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری انگیزه شغلی. نشریه مدیریت سرمایه اجتماعی، ۳(۱): ۴۸-۵۸.
۱۱. رضایی، ر.، و درینی، ر. (۱۳۹۲). بررسی نقش مؤلفه های سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان زاهدان). نشریه مدیریت دولتی، ۳: ۶۲-۴۳.
۱۲. علمی، ز.، شابع‌پور، م.، و حسینی، ا.ح. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی و چگونگی تأثیر بر اقتصاد. مجله تحقیقات اقتصادی، ۷۱: ۲۹۵-۲۳۹.
۱۳. قلی‌پور، ر.، مدهوشی، م.، و جعفریان، و. (۱۳۸۷). تحلیل رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی در گروه صنعتی ساید). فرهنگ مدیریت، ۱۷: ۱۲۷-۱۱۲.
۱۴. مرادی، م.، زالی، ع.، و پرنیان، ر. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه (مطالعه موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه تهران). توسعه کارآفرینی، ۸(۱): ۱۹-۱.
۱۵. هومن، ح. ع. (۱۳۸۴). مدل‌یابی معادلات ساختاری. انتشارات سمت: تهران.
16. Andersen, S., and Dag Vidar. H. 2013. *Knowledge development and transfer in a mindful project-organization*. International Journal of Managing Projects in Business, 6(2): 236-250.
17. Antoncic, B., and Hisrich, R. 2003. *Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation*. Journal of Business Venturing, 16 (1): 495- 527.
18. Greene, J.P. 2001. *Social and cultural capital in Colonial Britis America: a case study, in otberg, Patterns of Social Capital: Stability and Change in Historical Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press
19. Kent, C., Lorraine, P., and Anderson, A. R. 2014. *Social capital, social entrepreneurship and entrepreneurship education*. Social Entrepreneurship, Special Issue IJEE, 2(1): 45-56.
20. Nahapiet, J., and Ghoshal, S. 1998. *Social capital, Intellectual capita and organizational advantage*. Academy of Management Review, 23(2): 242-260.
21. Nan-Chen, C., Lun-Chung, T., Wei-Ming, O., and Kai-Ti, C. 2007. *The relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial performance for new ventures*. Contemporary Management Research, 3 (3): 213- 232.
22. Scheepers, M., Hough, J., and Bloom, J. 2008. *Nurturing the corporate entrepreneurship capability*. Journal of Southern African Business Review, 12 (3): 50- 75.
23. Westerlund, M., and Svahn, S. 2008. *A relationship value perspective of social capital in networks of software SMEs*. Industrial Marketing Management, 37(5): 492-501.



Gorgan University of Agricultural  
Sciences and Natural Resources

*Journal of Entrepreneurship in Agriculture* Vol. 6(3), 2019

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/jead.2021.18645.1436

## **Effect of social capital on organizational entrepreneurship of the agriculture jihad organization in Kermanshah township**

**Z. Athari <sup>1\*</sup>, M. Lotfavi <sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran.

<sup>2</sup>Student of Agricultural Extension and Education, Razi University  
Received: 11/12/2020; Accepted: 24/01/2021

### **Abstract**

Social capital is one of the important organizational capabilities and assets that can contribute to generate new ideas and develop entrepreneurial activities in organizations and to make sustainable organizational advantage for them. The main purpose of this descriptive-correlative research was to study the effect of social capital on organizational entrepreneurship of the Agriculture Jihad Organization in Kermanshah Township. The statistical population of the study consisted of experts of the Agriculture Jihad Organization in Kermanshah Township (N=200). According to the Krejcie and Morgan table, a sample size of 132 was selected using a stratified random sampling method. In order to collect study data, two standard questionnaires including social capital scale (Nahapiet and Goshal, 1998) and organizational entrepreneurship (Scipers, Hogg and Bloom, 2008) were used that the average variance index (AVE) and Composite Reliability (CR) and Cronbach's alpha coefficient were used to determine the construct validity and reliability of questionnaires, respectively. The collected data were analyzed by structural equation standardization technique through AMOS software. Based on the findings, social capital had a positive and significant effect on organizational entrepreneurship in the Agricultural Jihad Organization of Kermanshah. Thus, cognitive, relational and structural capitals have a significant effect on organizational entrepreneurship, respectively, and explain 63 percent of the variance changes it.

**Keywords:** Social Capital, Organizational Entrepreneurship, Cognitive Capital, Relational Capital, Structural Capital.

---

\*Corresponding author; z.athari@gmail.com