

بررسی اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان‌های جنوب استان کرمان

محمد بادسار*، روح اله رضائی و روح اله درینی^۱

(دریافت: ۹۳/۱/۲۰؛ پذیرش: ۹۴/۱/۲۳)

چکیده

هدف این تحقیق توصیفی-همبستگی بررسی آثار ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان کرمان می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق را ۳۴۶ نفر از اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در شهرستان‌های جنوب استان کرمان تشکیل می‌دادند که با توجه به جدول بازتلت و همکاران، تعداد ۲۱۵ نفر از آنان از طریق روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب بر اساس تعداد اعضای شرکت‌ها به تفکیک شهرستان‌ها انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده گردید. روایی صوری پرسشنامه با نظر پانلی از متخصصان مورد تأیید قرار گرفت و روایی سازه و پایایی ترکیبی ابزار تحقیق نیز از طریق تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) مورد ارزیابی قرار گرفت. برای بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای تحقیق بر مبنای تکنیک چند متغیره مدل‌سازی معادلات ساختاری با بکارگیری نرم‌افزار AMOS₂₀ از روش خودگردان‌سازی استفاده شد. نتایج به دست آمده از روش خودگردان‌سازی نشان داد که مجموع اثر غیرمستقیم بعد ساختاری سرمایه اجتماعی از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی و مجموع اثر غیرمستقیم بعد شناختی از طریق بعد ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی معنی‌دار بود. همچنین بر اساس یافته‌های تحقیق، بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی دارای بیشترین اثر مستقیم (۰/۲۹۱ =) و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی دارای بیشترین اثر غیرمستقیم (۰/۲۳۷ =) و اثر کل (۰/۴۸۰ =) بر کارآفرینی سازمانی بود.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، کارآفرینی سازمانی، روش خودگردان‌سازی.

^۱ - به ترتیب، استادیار، دانشیار و دانش‌آموخته گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان.

*- مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: mbadsar@yahoo.com

مقدمه

در سال‌های اخیر، مرور تحقیقات صورت گرفته در حوزه کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی حاکی از آن است که بیشتر این پژوهش‌ها به دلیل تأکید عمده بر شناسایی و تعیین مشخصه‌های شخصیتی کارآفرینان و تمرکز بر ابعاد ساختاری و محیطی کارآفرینی و عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی و به عبارت کامل‌تر سرمایه اجتماعی به عنوان مهمترین بعد، مورد انتقاد جدی قرار گرفته‌اند (Ulhoi, 2004). در این زمینه، بسیاری از محققان و صاحب‌نظران بر این باورند که افزون بر عوامل اقتصادی همچون مزیت‌های بازار و سرمایه که بر کارآفرینی تأثیرگذارند، عوامل غیراقتصادی به ویژه سرمایه اجتماعی نیز می‌توانند به شکل قابل توجهی کارآفرینی را تحت‌الشعاع قرار دهند (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۷). امروزه کارآفرینی، از دید دانشمندان علوم اجتماعی فرآیندی است که در شبکه‌های متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این روابط اجتماعی می‌توانند رابطه کارآفرین با منابع و فرصت‌ها را محدود یا تسهیل نمایند (مقیم‌ی و احمدپور داریانی، ۱۳۸۷).

کارآفرینی سهم قابل توجهی در رشد اقتصادی کشورها از طریق ارتقا سطح نوآوری و ایجاد اشتغال پایدار دارد و از این طریق می‌تواند به ایجاد ثروت اقتصادی و قدرت منجر شود (سعدی و سلیمانی، ۱۳۹۱). در این زمینه، امروزه کارآفرینی سازمانی به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، سهم چشم‌گیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها داشته (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳) و توانسته است پویایی سازمانی را با ارائه روش‌های جدید و ایجاد مزیت نسبی به ارمغان بیاورد (جهانگیری و مبارکی، ۱۳۸۸). در کارآفرینی سازمانی یک شرکت یا سازمان، محیطی را فراهم می‌سازد تا اعضا بتوانند در امور کارآفرینی مشارکت نمایند که طی آن محصولات، خدمات یا فرآیندهای نوآورانه از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینانه به ظهور می‌رسند (احمدپور داریانی، ۱۳۸۳). کارآفرینی سازمانی به عنوان یک مفهوم چند بعدی، دارای ابعاد و مؤلفه‌های متعددی است که می‌توان آنها را شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی راهبردی و ریسک‌پذیری در نظر گرفت (Scheepers et al., 2008). در

این زمینه، ریسک‌پذیری شامل آمادگی سازمان برای استفاده از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و شروع پروژه‌ها بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه می‌باشد (Hough & Scheepers, 2008). نوسازی راهبردی یک سازمان، مستلزم تغییر و اصلاح در مأموریت سازمانی، سازماندهی مجدد و تغییرات وسیع در سیستم سازمانی یک سازمان می‌باشد (Heinonen & Korvela, 2005). پیشگامی، به عنوان یک پیش‌بینی و رفتار برای رفع نیازهای آتی از طریق جستجو و استفاده از فرصت‌هایی که می‌تواند دلالت بر توسعه محصول و یا بازار داشته باشد، تعریف می‌شود (Scheepers et al., 2008) و در نهایت، نوآوری به تولید و خلق محصولات، خدمات، فرآیندها، فناوری‌ها و مدل‌های جدید کسب و کار اشاره دارد (Hough & Scheepers, 2008).

در خصوص مفهوم سرمایه اجتماعی، در یک برداشت جامع ناهاپیت و گوشال (Nahapiet & Ghoshal, 1998) 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 نموده‌اند. امروزه، سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و در واقع، در غیاب سرمایه اجتماعی سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند (هاشمی و نوروزی، ۱۳۸۸). ناهاپیت و گوشال (Nahapiet & Ghoshal, 1998) با رویکرد سازمانی مؤلفه‌ها و جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را در سه طبقه جای می‌دهند؛ (۱) بعد ساختاری: این بعد، الگوی کلی روابط را که در سازمان یافت می‌شود، در نظر دارد و میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در سازمان برقرار می‌نمایند را در بر می‌گیرد (Bolino et al., 2002)؛ (۲) بعد ارتباطی: ماهیت روابط در یک سازمان را در بر می‌گیرد. به عبارت دیگر، در حالی که بعد ساختاری بر این امر تأکید دارد که آیا کارکنان در یک سازمان با یکدیگر در ارتباط هستند یا خیر، در بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات تمرکز می‌شود (Bolino et al., 2002)، و (۳) بعد شناختی: در بردارنده‌ی میزان اشتراک کارکنان یک سازمان / شبکه اجتماعی در یک دیدگاه یا درک مشترک میان آن‌ها است و مشابه بعد ارتباطی به ماهیت ارتباطات افراد در یک سازمان اشاره دارد (Bolino et al., 2002).

مستقیم تحت تأثیر سرمایه اجتماعی قرار ندارند. حسینی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های صنعتی استان کردستان پرداخته است. نتایج بدست آمده حاکی از آن بود که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن شامل ساختاری، شناختی و رابطه‌ای با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بهنوش (Behnoosh, 2012) در مطالعه‌ای تحت‌عنوان رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی در اداره کل تربیت بدنی استان خراسان به این نتیجه دست یافت که بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی (ارتباطی، ساختاری و شناختی) و کارآفرینی سازمانی (پیشگامی، نوسازی، نوآوری و ریسک‌پذیری) رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. نان‌چن (Nan-Chen, 2007) در مطالعه خود به این نتیجه دست یافت که بین سرمایه اجتماعی، جهت‌گیری کارآفرینانه و منابع سازمانی در سازمان‌های دولتی تایوان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی دارای بیشترین میزان تأثیر بر جهت‌گیری کارآفرینانه در سازمان است. لین و یین‌می (Lin & Yin-Mei, 2005) در مطالعه خود به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و توانایی کارآفرینان بر عملکرد کسب و کارهای جدید پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد که سرمایه‌های اجتماعی تأثیر راهبردهای کارآفرینی بر عملکرد را تعدیل می‌نمایند و سازمان‌های کارآفرین سازمان‌هایی هستند که راهبردهای کارآفرینی خود را مطابق با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن شامل شناختی، ساختاری و ارتباطی تنظیم نمایند.

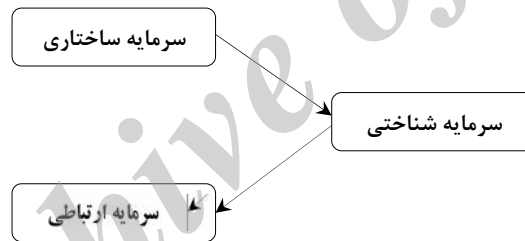
شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در استان کرمان به طور همزمان با سایر استان‌ها در سطح کشور، از سال ۱۳۸۶ راه‌اندازی و شروع به فعالیت کردند و در حال حاضر در حدود ۵۲ شرکت در سطح شهرستان‌های مختلف استان کرمان در حال فعالیت و ارائه خدمات به روستاییان می‌باشند. بررسی اولیه عملکرد شرکت‌ها حاکی از آن است که هم‌اینک، این شرکت‌ها با موانع و مشکلات متعددی در ابعاد مختلف اعم از ساختاری، محیطی، روان‌شناختی، مهارتی و آموزشی روبرو

نکته قابل توجه در مورد سه بعد اشاره شده سرمایه اجتماعی؛ این است که این سه بعد از یکدیگر مجزا نبوده و همان‌طور که لیو و ولش (Liao & Welsch, 2005) بیان می‌دارند سه بعد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی با یکدیگر ارتباط نزدیکی داشته و بر یکدیگر تأثیرگذارند. در این خصوص، بعد ساختاری اساسی‌ترین بعد سرمایه اجتماعی بوده و منشا پیدایش سرمایه شناختی و ارتباطی به شمار می‌رود. بدون شبکه یا مرکزیت فیزیکی (سرمایه ساختاری)، ارزش‌ها و هنجارهای مشترک و اشتراک میان افراد ایجاد و توسعه نمی‌یابد (سرمایه شناختی) و در چنین شرایطی احتمال کمی وجود دارد که افراد بتوانند روابط توأم با اعتماد را با یکدیگر شکل داده و توسعه دهند (سرمایه ارتباطی) (Liao & Welsch, 2005). نحوه ارتباط بین ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی در نگاره ۱ نشان داده شده است.

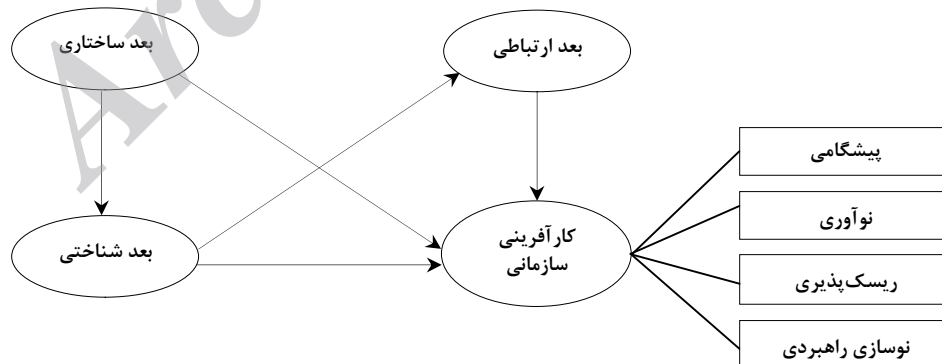
با توجه به هدف و محدوده موضوعی پژوهش، در این بخش به مرور نتایج برخی از مهمترین مطالعات تجربی مرتبط انجام گرفته در داخل و خارج از کشور پرداخته شده است. عسگری و قانع (۱۳۹۱) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در صنعت فولاد ایران به این نتیجه رسیدند که بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (شامل ساختاری و شناختی) با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد. عسگری و همکاران (۱۳۹۰) در بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در مؤسسه مهندسی جواد الائمه دریافتند که بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین، بر اساس نتایج مشخص شد که بین ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری از تأثیر بیشتری بر کارآفرینی سازمانی برخوردار است. در مطالعه دیگری، ربیعی و صادقی‌نژاد (۱۳۹۰) در بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی نشان دادند که رابطه مثبت و معنی‌داری بین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی وجود دارد. همچنین، یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که تقریباً تمامی ابعاد کارآفرینی تحت تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی قرار دارند و تنها متغیرهای استقلال و خلاقیت به طور

خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی برخوردار هستند یا خیر؟ با توجه به مسأله طرح شده، این پژوهش با هدف اصلی بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی با تأکید بر اثر غیرمستقیم ابعاد ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان‌های جنوب استان کرمان انجام گرفت. در قالب هدف اشاره شده و بر اساس مرور ادبیات نظری و مطالعات تجربی مرتبط، در این بخش مدل مفهومی پژوهش ترسیم شده است (نگاره ۲). همانطور که از نگاره ۲ پیداست هر سه بعد سرمایه اجتماعی بر روی کارآفرینی سازمانی دارای اثر مستقیم می‌باشند؛ این در حالی است که بر اساس مدل ارائه شده توسط لیو و ولش (Liao & Welsch, 2005)، دو بعد ساختاری (از طریق بعد شناختی و ارتباطی) و شناختی (از طریق بعد ارتباطی) دارای اثرات غیرمستقیم نیز بر روی کارآفرینی سازمانی می‌باشند.

شده و از نظر سطح کارآفرینی در وضعیت چندان مطلوبی قرار ندارند؛ در این زمینه، نتایج تحقیق درینی و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن است که هر چهار مؤلفه اصلی کارآفرینی سازمانی شامل نوآوری، نوسازی راهبردی، پیشگامی و ریسک سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان کرمان در سطح نسبتاً پایینی قرار دارند. بر این اساس و با توجه به پایین بودن سطح کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان کرمان از یک سو و نیز با در نظر گرفتن تأثیرپذیری کارآفرینی سازمانی و مؤلفه‌های آن از پیوندها و ارتباطات اجتماعی و اهمیت سرمایه اجتماعی به عنوان پیش شرطی ضروری برای توسعه و تقویت کارآفرینی در سازمان از سوی دیگر، مسأله اصلی این تحقیق این است که آیا سرمایه اجتماعی و ابعاد آن شامل ساختاری، ارتباطی و شناختی با در نظر گرفتن رابطه میان آن‌ها از نقش مثبتی در تقویت و توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های



نگاره ۱- رابطه بین ابعاد سرمایه اجتماعی (Liao & Welsch, 2005)



نگاره ۲- مدل مفهومی پژوهش: ارتباط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر کارآفرینی سازمانی

روش پژوهش

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کمی، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، جزء تحقیقات توصیفی-همبستگی می‌باشد که از بین روش‌های همبستگی، از روش تحلیل کوواریانس- واریانس بهره برده است. جامعه آماری این تحقیق را ۳۴۶ نفر از اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در سطح جنوب استان کرمان تشکیل می‌دادند که با توجه به جدول بارتلت و همکاران (Bartlett et al., 2001)، تعداد ۲۱۵ نفر از آنان برای انجام تحقیق انتخاب شدند. با توجه به وجود شش شهرستان زیر نظر سازمان جهاد کشاورزی جیرفت و توزیع نامتناسب شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در سطح این شش شهرستان، برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب استفاده شد (جدول ۱).

بر مبنای مدل مفهومی پژوهش، فرضیه‌های این تحقیق شامل موارد زیر بودند:

۱- بین بعد ساختاری سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ ۲- بین بعد شناختی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ ۳- بین بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ ۴- بعد ساختاری سرمایه اجتماعی دارای اثر غیرمستقیم معنی‌داری بر کارآفرینی سازمانی از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی سرمایه اجتماعی می‌باشد؛ ۵- بعد شناختی سرمایه اجتماعی دارای اثر غیرمستقیم معنی‌داری بر کارآفرینی سازمانی از طریق بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی می‌باشد.

جدول ۱- تعداد اعضای شرکت‌ها به تفکیک شهرستان‌ها و تعداد نمونه‌های اختصاص یافته به هر یک از آن‌ها

شماره	اسامی شهرستان‌ها	تعداد کل اعضای در هر یک از شهرستان‌ها	تعداد نمونه اختصاص یافته
۱	جیرفت	۱۱۵	۷۲
۲	عنبرآباد	۹۱	۵۶
۳	کهنوج	۳۱	۱۹
۴	منوجان	۲۱	۱۳
۵	قلعه گنج	۴۳	۲۷
۶	رودبار جنوب	۴۵	۲۸
	جمع کل	۳۴۶	۲۱۵

سازمانی از پرسشنامه‌های استاندارد آنتونسیک و هیسریچ (Antoncic & Hisrich, 2001) و اسچیپرز و همکاران (Scheepers et al., 2008) و سنجش ابعاد سرمایه اجتماعی از پرسشنامه استاندارد ناهاپیت و گوشال (Nahapiet & Ghoshal, 1998) استفاده شد. مقیاس سنجش بخش‌های دوم و سوم، طیف لیکرت ۵ سطحی از خیلی کم= ۱ تا خیلی زیاد= ۵ برای مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و کاملاً مخالف= ۱ تا کاملاً موافق= ۵ برای ابعاد سرمایه اجتماعی بود.

ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه بود که از سه بخش مشخصه‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان و پرسش‌های مرتبط با سنجش مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی شامل چهار مؤلفه نوآوری (Innovativeness)، نوآوری راهبردی ((Renewal (REN)، پیشگامی ((INN)، نوآوری راهبردی ((Pro-activeness (PRO) و ریسک‌پذیری (Risk-taking) و ابعاد سرمایه اجتماعی شامل سه بعد ساختاری ((RIS)، ارتباطی ((Structural (STR)، ارتباطی ((Communicative (COM) و شناختی ((Cognitive (CON) تشکیل شده بود (جدول ۲). برای سنجش مؤلفه‌های کارآفرینی

سازمانی (یعنی نقش میانجی بعد شناختی سرمایه اجتماعی در رابطه بین بعد ساختاری با کارآفرینی سازمانی و نیز نقش میانجی بعد ارتباطی در رابطه بین بعد شناختی با کارآفرینی سازمانی) و تعیین اثر کل هر یک از متغیرها بر روی متغیر وابسته تحقیق بود، برای این منظور از روش چندمنظوره خودگردان‌سازی استفاده شد. لازم به ذکر است که روش سنتی آزمون نقش متغیرهای میانجی یک رهیافت متداول می‌باشد که توسط بارون و کنی (Baron & Kenny, 1986) ارائه شده و توسط محققان دیگری همچون مک کینن (Mackinnon, 2008) بسط یافته است؛ اجرای این روش نیازمند شرایط خاصی مانند کنترل و چک کردن روابط تک تک متغیرها با یکدیگر در قالب مدل‌های جداگانه و سپس در نظر گرفتن روابط این متغیرها در قالب یک مدل نهایی است. اما روش خودگردان‌سازی که یک تکنیک جدید برای آزمون میانجی (Mediation Test) به شمار می‌رود، امکان برآورد کلی مجموع یک اثر غیرمستقیم (مجموع $A \rightarrow B \rightarrow C$)، سطح معنی‌داری و تعیین سطحی از فاصله اطمینان (Confidence Intervals) را برای یک نقطه تخمینی فراهم می‌نماید (Mallinckrodt et al., 2006). از جمله مزایای اصلی استفاده از روش خودگردان‌سازی آن است که این روش امکان آزمون اثر غیرمستقیم بین متغیرها در سطح و تعدادی بیشتر از نمونه آماری واقعی از طریق نمونه‌گیری مجدد با جای‌گذاری (Resampling with Replacement) از یک نمونه مادر یا اصلی به تعداد دفعات زیاد به صورت تصادفی و خودکار را میسر می‌سازد. از این‌رو، با بهره‌گیری از این روش می‌توان محدودیت‌های ناشی از غیر نرمال بودن داده‌ها و یا کم بودن حجم نمونه آماری به ویژه برای مدل‌هایی که دارای سطح بالایی از پیچیدگی هستند و ممکن است نتایج تحقیق تحت تأثیر نرمال نبودن داده‌ها یا کوچک بودن حجم نمونه اصلی قرار گیرد، را بر طرف نمود (Kline, 2010). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اجرای روش خودگردان‌سازی از نرم افزار گرافیکی AMOS₂₀ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

برای تعیین روایی ابزار تحقیق از روایی صوری و روایی سازه (شامل روایی همگرا، تشخیصی و منطقی) استفاده شد. روایی صوری پرسشنامه با نظر کارشناسان و متخصصان در زمینه موضوع مورد پژوهش (شامل اعضای هیأت علمی گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان و کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی شهرستان‌های جنوب استان کرمان) مورد تأیید قرار گرفت. در خصوص روایی سازه، برای ارزیابی روایی همگرا از سه معیار مختلف شامل بارهای عاملی استاندارد مساوی و بزرگتر از ۰/۵، میانگین واریانس استخراج شده مساوی و بزرگتر از ۰/۵ و پایایی ترکیبی مساوی و بزرگتر از ۰/۷ استفاده شد. همچنین، برای بررسی روایی تشخیصی، دو شاخص میانگین واریانس استخراج شده و همبستگی عامل‌های مکنون با یکدیگر مدنظر قرار گرفت، به نحوی که بایستی مربع همبستگی بین دو متغیر مکنون از میانگین واریانس استخراج شده هر دو مکنون کوچکتر باشد تا سازه از روایی تشخیصی مناسبی برخوردار گردد (Hair et al., 2010). افزون بر بررسی روایی ابزار تحقیق در قالب موارد اشاره شده، به منظور بررسی پایایی ابزار تحقیق نیز از پایایی ترکیبی استفاده شد که مقدار آن برای هر یک از مکنون‌ها باید بزرگتر از ۰/۷ باشد. در قالب تکنیک چند متغیره مدل‌سازی معادلات ساختاری، برای بررسی و آزمون درست بودن مدل و برازش آن با داده‌های میدانی از شاخص‌های برازش استفاده شد که در این تحقیق این شاخص‌ها شامل کای‌اسکوئر نسبی (Relative Chi-square) $(\frac{\chi^2}{df})$ ، میانگین مجذور پس‌ماندها (Root Mean Square Residual (RMR))، شاخص برازندگی فزاینده (Incremental Fit Index (IFI))، شاخص میزان انطباق (Goodness of Fit Index (GFI))، شاخص برازندگی تطبیقی (Comparative Fit Index (CFI)) و شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)) بودند. با توجه به اینکه یکی از اهداف اصلی این تحقیق، آزمون معنی‌داری مجموع اثر غیرمستقیم ابعاد ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی

۱- مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی

به منظور برآورد مدل اندازه‌گیری مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی، داده‌های گردآوری شده با استفاده از AMOS²⁰ از طریق تحلیل عاملی تأییدی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. با توجه به نتایج تحقیق، تمامی متغیرها از پایایی مناسبی برخوردار بوده و دارای بار عاملی بزرگتر از ۰/۵ بودند (جدول ۳).

نتایج مربوط به مقادیر میانگین واریانس استخراج شده نشان داد که مقدار این شاخص برای هر چهار مکنون ریسک‌پذیری، نوسازی راهبردی، پیشگامی و نوآوری بیشتر از ۰/۵ بود (جدول ۴). همچنین، نتایج تحقیق حاکی از آن بود که مقادیر پایایی ترکیبی محاسبه شده برای هر چهار مکنون مورد مطالعه، بزرگتر از ۰/۷ بودند (جدول ۴). در مجموع، با توجه به نتایج به دست آمده بر اساس معیارهای سه‌گانه اشاره شده، می‌توان بیان داشت که ابزار تحقیق از روایی همگرای مناسبی برخوردار بود. در خصوص روایی تشخیصی، بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد که مربع ضریب همبستگی متغیرهای مکنون مورد مطالعه به صورت دو به دو کمتر از میانگین واریانس استخراج شده برای تک تک متغیرهای مکنون بود و در

نتیجه، ابزار تحقیق اعتبار تشخیصی مناسبی داشت. به همین منوال، در خصوص روایی منطقی نیز با توجه به نتایج مندرج در جدول ۴، ضرایب همبستگی بین هر چهار مکنون معنی‌دار شده و در نتیجه ابزار تحقیق دارای روایی منطقی بود. در مورد پایایی مکنون‌های مورد مطالعه نیز از آنجایی که مقادیر پایایی به دست آمده برای مکنون‌های مختلف بالاتر از ۰/۷ بودند، بنابراین، ابزار تحقیق دارای پایایی مناسبی بود (جدول ۴).

در نهایت، بر اساس نتایج کسب شده از تحقیق در خصوص آزمون برازش مدل و شاخص‌های مختلف برازش در جدول ۵، برازش مدل در سطح قابل قبولی بود.

۲- مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی

یافته‌های به دست آمده از برآورد مدل اندازه‌گیری سرمایه فکری با استفاده از نرم‌افزار AMOS²⁰ از طریق تحلیل عاملی تأییدی در جداول ۶، ۷ و ۸ آورده شده است. با توجه به نتایج تحقیق، به استثنای یک متغیر COG5 (در مکنون شناختی) که به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۵ از مدل اندازه‌گیری حذف شد، سایر متغیرها از پایایی مناسبی برخوردار بوده و دارای بار عاملی بزرگتر از ۰/۵ بودند (جدول ۶).

جدول ۲- بخش‌های اصلی پرسشنامه به همراه گویه‌ها و نمادهای مربوط به هر یک از آن‌ها

بخش	زیربخش	گویه‌ها (نمادها)
سرمایه اجتماعی	ساختاری (STR)	انتخاب اعضا برای انجام امور مختلف در شرکت متناسب با تحصیلات (تخصص) و تجارب کاری افراد می‌باشد (STR1)، دسترسی یا ملاقات با همکاران و مدیر شرکت به سهولت انجام می‌گیرد (STR2)، حیطه‌های کاری و شغلی اعضا در شرکت به خوبی شفاف و روشن است (STR3)، مبنای تصمیم‌گیری در شرکت به صورت شورایی است (STR4)، اعضای شرکت از آزادی عمل مناسبی برای انجام وظایف خود برخوردارند (STR5) و در شرکت، گروه‌های کاری مختلفی برای انجام وظایف متناسب شکل گرفته است (STR6)
	ارتباطی (COM)	همکاری و روابط بین اعضا در شرکت مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل است (COM1)، مدیر و اعضای شرکت در روابط کاری و غیرکاری (رسمی و غیررسمی) احترام زیادی برای یکدیگر قایل هستند (COM2)، همکاری بین اعضا و بخش‌های مختلف، به عنوان یک ضرورت مهم در شرکت تلقی می‌شود (COM3)، اعضای شرکت در فعالیتهای گروهی و کارهای تیمی مشارکت فعالی دارند (COM4)، اعضای شرکت دارای روحیه انتقادپذیری و آستانه تحمل مناسبی می‌باشند (COM5)، اعضا برای تحقق اهداف شرکت، از حس تعهد و مسئولیت‌پذیری مناسبی برخوردارند (COM6)، اعضای شرکت دارای احساس همدلی بالایی بوده و خود را متعلق به یک خانواده مشترک می‌دانند (COM7) و شرکت از ارتباط و تعامل مناسبی با نهادها و ارگان‌های دولتی و غیردولتی برخوردار است (COM8)
	شناختی (COG)	مدیر و اعضای شرکت دارای چشم انداز و اهداف سازمانی مشترکی هستند (COG1)، اعضای شرکت منافع جمعی و تحقق اهداف سازمانی را بر منافع و اهداف فردی ترجیح می‌دهند (COG2)، اعضای شرکت وظایف کاری/ شغلی خود را به درستی انجام می‌دهند (COG3)، اعضای شرکت به اندازه کافی با هدف‌ها و ماموریت‌های شرکت آشنایی دارند (COG4)، مدیر و اعضای شرکت از ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی مشترکی برخوردار می‌باشند (COG5) و اعضا و مدیر شرکت از زبان و مفاهیم مشترکی برای ارتباط و تعامل با یکدیگر برخوردار هستند (COG6)
کارآفرینی سازمانی	ریسک‌پذیری (RIS)	پذیرش ریسک (معقول) از سوی مدیران سازمان و حمایت مالی و معنوی از کارکنان در فعالیتهای دارای ریسک (RIS1)، تمایل و استقبال مدیران سازمان از رفتارهای نوآورانه کارکنان در ارائه خدمات جدید به کشورزان (RIS2)، تحمل انحراف کارکنان از قواعد و مقررات معمول در سازمان از سوی مدیران برای ارائه خدمات جدید (RIS3)، گرایش سازمان به ریسک‌های معقول و حساب شده در زمینه ارائه خدمات جدید (RIS4) و پشتیبانی سازمان از پروژه‌ها و طرح‌های کوچک آزمایشی نوآورانه کارکنان برای ارائه خدمات جدید به کشورزان (RIS5)
	نوسازی راهبردی (REN)	تجدید نظر در فعالیتهای معمول سازمان و سوق دادن آن‌ها به سوی زمینه‌های جدید (REN1)، انسجام بخشی و هماهنگ‌سازی فعالیت بخش‌های مختلف در سازمان و توسعه فعالیتهای تیمی (REN2)، جایگزینی مداوم روش‌ها و فرآیندهای قدیمی سازمان با روش‌ها و فرآیندهای جدید (REN3)، تجدید نظر و باز تعریف اهداف و رسالت سازمانی در راستای ارائه خدمات جدید به کشورزان (REN4)، آموزش مداوم و مستمر کارکنان و افزایش آگاهی و مهارت آن‌ها با هدف تقویت قدرت نوآوری، برنامه‌ریزی و مهارت‌های کارآفرینانه (REN5)، تجدید نظر در ساختار سلسله مراتبی سازمان و توسعه ساختار سازمانی انعطاف‌پذیر در راستای تسهیل فرآیندهای نوآورانه (REN6) و ایجاد ارتباطات سازمانی اثربخش و شفاف بین کارکنان و مدیران سازمان (REN7)
	نوآوری (INN)	تأکید سازمان بر توسعه ایده‌های جدید و نوآورانه در محیط کار (INN1)، تولید و ارائه ایده‌های جدید به منظور بهبود روش‌ها و فرآیندهای سازمان در ارائه خدمات (INN3)، بکارگیری ایده‌های جدید در سازمان برای ارائه خدمات (INN3)، جستجوی مداوم روش‌ها و فرآیندهای جدید در راستای بهبود عملکرد و کارایی سازمان (inn4) و ایجاد و ارائه خدمات جدید در زمینه‌های مختلف به کشورزان (INN5)
	پیشگامی (PRO)	تمایل سازمان به پیشگامی و پیشتازی در ایجاد و ارائه ایده‌ها و خدمات جدید به کشورزان (PRO1)، پیشرو بودن سازمان در ایجاد و ارائه خدمات جدید به کشورزان (PRO2)، آینده‌نگر بودن مدیران سازمان به منظور بکارگیری فرآیندهای نوآورانه در سازمان (PRO3) و برنامه‌ریزی در راستای مواجهه اثربخش با مسایل و مشکلات سازمانی در زمینه‌های مختلف (PRO4)

جدول ۳- خلاصه نتایج به دست آمده از مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی (تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول)

متغیرهای مکنون	نشانگرها در مدل	مقادیر غیراستاندارد	بار عاملی	خطای استاندارد	نسبت بحرانی
نوآوری	INN1	۱	۰/۵۶۷	--	--
	INN2	۱/۱۸۸	۰/۶۹۰	۰/۱۶۷	۷/۱۱۳
	INN3	۱/۰۰۴	۰/۶۵۱	۰/۱۶۴	۶/۸۶۶
	INN4	۱/۰۶۳	۰/۷۱۰	۰/۱۴۷	۷/۲۳۲
	INN5	۰/۹۱۵	۰/۵۷۸	۰/۱۴۴	۶/۳۴۹
نوسازی راهبردی	REN1	۱	۰/۵۰۸	--	--
	REN2	۱/۲۰۳	۰/۵۶۸	۰/۲۰۰	۶/۰۰۸
	REN3	۱/۲۹۷	۰/۶۵۲	۰/۱۹۹	۶/۵۱۰
	REN4	۱/۳۷۳	۰/۶۳۵	۰/۲۱۱	۶/۵۱۷
	REN5	۱/۴۱۳	۰/۶۴۰	۰/۲۱۹	۶/۴۴۶
	REN6	۱/۲۹۷	۰/۶۵۸	۰/۱۹۸	۶/۵۴۳
	REN7	۱/۰۸۴	۰/۵۹۹	۰/۱۷۵	۶/۲۰۳
پیشگامی	PRO1	۱	۰/۷۹۳	--	--
	PRO2	۰/۸۴۳	۰/۶۷۹	۰/۰۸۹	۹/۵۰۷
	PRO3	۰/۸۷۳	۰/۶۹۲	۰/۰۹۰	۹/۶۹۷
	PRO4	۰/۸۷۴	۰/۶۸۲	۰/۰۹۲	۹/۵۴۰
ریسک‌پذیری	RIS1	۱	۰/۵۵۱	--	--
	RIS2	۱/۲۱۵	۰/۵۹۴	۰/۱۹۱	۶/۳۴۸
	RIS3	۱/۴۱۸	۰/۶۵۹	۰/۲۰۹	۶/۷۷۰
	RIS4	۱/۴۱۵	۰/۶۴۰	۰/۲۱۳	۰/۶۵۴
	RIS5	۱/۴۶۴	۰/۶۱۵	۰/۲۲۶	۶/۴۹۳

جدول ۴- نتایج روابی و پایایی ترکیبی به دست آمده از تحلیل عاملی تأییدی کارآفرینی سازمانی

مکنون	پایایی ترکیبی	نوآوری	نوسازی راهبردی	پیشگامی	ریسک‌پذیری
نوآوری	۰/۷۷۶	۱	--	--	--
نوسازی راهبردی	۰/۸۰۵	۰/۷۳۴***	۱	--	--
پیشگامی	۰/۸۱۵	۰/۷۴۱***	۰/۷۵۰***	۱	--
ریسک‌پذیری	۰/۷۵۰	۰/۶۱۳***	۰/۸۸۷***	۰/۶۴۹***	۱

***: معنی‌داری در سطح ۰/۰۰۱

جدول ۵- نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی با شاخص‌های برازش

شاخص	$\frac{\chi^2}{df}$	IFI	GFI	RMR	CFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	۳	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۸	۰/۹۰	۰/۰۸
مقدار گزارش شده	۱/۷۴۵	۰/۹۱۱	۰/۸۳۹	۰/۰۶۵	۰/۹۰۹	۰/۰۶۰

جدول ۶- خلاصه نتایج به دست آمده از مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی (تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول)

متغیرهای مکنون	نشانه‌ها در مدل	مقادیر غیراستاندارد	ضرایب استاندارد (بار عاملی)	خطای استاندارد	نسبت بحرانی
ساختاری	STR1	۱	۰/۷۵۶	--	--
	STR2	۰/۸۵۹	۰/۶۹۶	۰/۰۹۰	۹/۵۹۲
	STR3	۰/۹۳۸	۰/۶۷۹	۰/۱۰۰	۹/۳۴۹
	STR4	۰/۸۷۵	۰/۵۹۷	۰/۱۰۷	۸/۱۸۶
	STR5	۰/۹۹۲	۰/۷۲۰	۰/۱۰۰	۹/۹۳۴
	STR6	۰/۹۳۵	۰/۷۳۱	۰/۰۹۳	۱۰/۰۸۵
ارتباطی	COM1	۱	۰/۶۳۶	--	--
	COM2	۱/۱۴۳	۰/۶۵۳	۰/۱۴۶	۷/۸۴۷
	COM3	۰/۹۰۶	۰/۵۹۲	۰/۱۲۵	۷/۲۴۹
	COM4	۱/۰۸۷	۰/۶۳۴	۰/۱۴۲	۷/۶۶۴
	COM5	۱/۲۲۳	۰/۶۵۵	۰/۱۵۶	۷/۸۶۰
	COM6	۱/۱۴۲	۰/۶۳۵	۰/۱۴۹	۷/۶۷۹
	COM7	۱/۳۰۳	۰/۶۸۱	۰/۱۶۱	۸/۱۰۴
	COM8	۱/۳۱۹	۰/۶۴۷	۰/۱۶۹	۷/۷۹۰
شناختی	COG1	۱	۰/۶۳۰	--	--
	COG2	۱/۱۱۳	۰/۷۲۷	۰/۱۳۵	۸/۲۴۶
	COG3	۱/۰۱۲	۰/۶۵۵	۰/۱۳۲	۷/۶۴۵
	COG4	۱/۱۹۹	۰/۷۳۰	۰/۱۴۵	۸/۲۶۶
	COG5	۰/۷۶۷	۰/۴۵۸	۰/۱۳۵	۵/۶۸۶
	COG6	۱/۰۴۰	۰/۶۶۳	۰/۱۳۵	۷/۷۱۳

برای تک تک متغیرهای مکنون بود و در نتیجه، ابزار تحقیق اعتبار تشخیصی مناسبی داشت. به همین منوال، در خصوص روایی منطقی نیز با توجه به نتایج مندرج در جدول ۷، ضرایب همبستگی بین هر سه مکنون معنی‌دار شده و در نتیجه ابزار تحقیق دارای روایی منطقی بود. در مورد پایایی مکنون‌های مورد مطالعه نیز از آنجایی که مقادیر پایایی به دست آمده برای مکنون‌های مختلف بالاتر از ۰/۷ بودند، بنابراین، ابزار تحقیق دارای پایایی مناسبی بود (جدول ۷).

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق در خصوص آزمون برازش مدل و شاخص‌های مختلف برازش در جدول ۸، برازش مدل در سطح قابل قبولی بود.

نتایج مربوط به مقادیر میانگین واریانس استخراج شده نشان داد که مقدار این شاخص برای هر سه مکنون ساختاری، انسانی و ارتباطی بیشتر از ۰/۵ بود (جدول ۷). همچنین، نتایج تحقیق حاکی از آن بود که مقادیر پایایی ترکیبی محاسبه شده برای هر سه مکنون مورد مطالعه، بزرگتر از ۰/۷ بودند (جدول ۷). در مجموع، با توجه به نتایج به دست آمده بر اساس معیارهای سه گانه اشاره شده، می‌توان بیان داشت که ابزار تحقیق از روایی همگرایی مناسبی برخوردار بود. در خصوص روایی تشخیصی، بر اساس نتایج تحقیق مشخص شد که مربع ضریب همبستگی متغیرهای مکنون مورد مطالعه به صورت دو به دو کمتر از میانگین واریانس استخراج شده

جدول ۷- نتایج روایی و پایایی ترکیبی به دست آمده از تحلیل عاملی تأییدی سرمایه اجتماعی

ضرایب همبستگی بین مکنون‌ها			پایایی ترکیبی	مکنون
شناختی	ارتباطی	ساختاری		
--	--	۱	۰/۸۴۶	ساختاری
--	۱	۰/۵۳۵***	۰/۸۷۳	ارتباطی
۱	۰/۶۷۵***	۰/۴۷۹***	۰/۷۹۳	شناختی

***: معنی‌داری در سطح ۰/۰۰۱

جدول ۸- نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی با شاخص‌های برازش

شاخص	$\frac{x^2}{df}$	IFI	GFI	RMR	CFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	۳	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۸	۰/۹۰	۰/۰۸
مقدار گزارش شده	۱/۷۰۰	۰/۹۲۴	۰/۸۷۳	۰/۰۴۱	۰/۹۲۳	۰/۰۵۸

۳- مدل ساختاری تحقیق

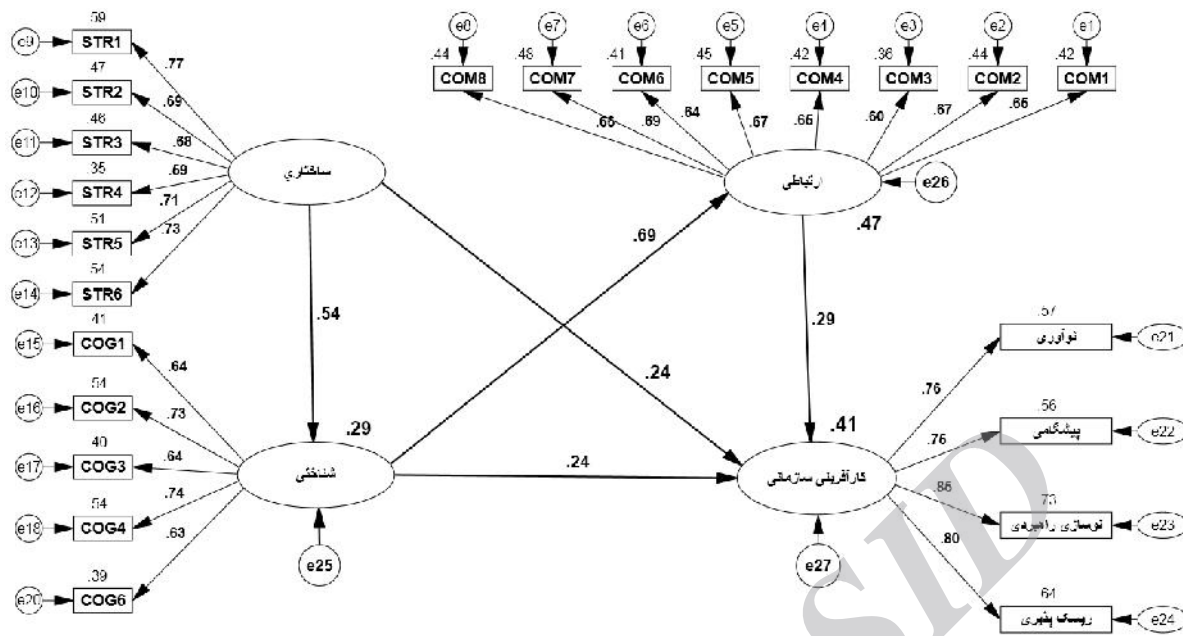
در این بخش، بر اساس مدل‌های اندازه‌گیری یا تحلیل عاملی تأییدی که در بخش قبلی برای هر یک از سازه‌ها به صورت جداگانه ارائه شد، در قالب مدل ساختاری تحقیق اقدام به آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش در رابطه با تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل مدل شامل ابعاد سرمایه اجتماعی بر متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی گردید. روابط علی بین متغیرهای تحقیق بر اساس مدل مفهومی تحقیق در قالب دو دسته اثرات مستقیم و غیرمستقیم از طریق نرم‌افزار AMOS²⁰ برآورد گردید که نتایج به دست آمده از آن در جداول ۹ و ۱۰ و نگاره ۳ نشان داده شده است. در این خصوص، نتایج حاصل از

برازش نیکویی مدل نشان داد که مدل برآورد شده بر اساس شاخص‌های مختلف از برازش مناسبی برخوردار بود (جدول ۹).

همچنین، همانطور که از نگاره ۳ پیداست سه بعد سرمایه اجتماعی شامل ابعاد ساختاری، شناختی و ارتباطی با در نظر گرفتن روابط مستقیم و غیرمستقیم در حدود ۴۱ درصد از واریانس کارآفرینی سازمانی را تبیین نموده‌اند. خلاصه نتایج به دست آمده از برآورد مدل ساختاری تحقیق در جدول ۱۰ نشان داده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول ۱۰، تمامی روابط مستقیم بین متغیرها در سطح ۵ درصد معنی‌دار شده‌اند.

جدول ۹- نتایج میزان انطباق مدل ساختاری با شاخص‌های برازش

شاخص	$\frac{x^2}{df}$	IFI	GFI	RMR	CFI	RMSEA
معیار پیشنهاد شده	۳	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۸	۰/۹۰	۰/۰۸
مقدار گزارش شده	۱/۷۳۰	۰/۹۲۰	۰/۸۶۰	۰/۰۴۳	۰/۹۱۹	۰/۰۵۹



نگاره ۳- مدل ساختاری تحقیق

جدول ۱۰- ضرایب رگرسیونی بین ابعاد سرمایه اجتماعی با یکدیگر و کارآفرینی سازمانی

رابطه	مقادیر غیر- استاندارد	خطای استاندارد	ضریب استاندارد	نسبت بحرانی	سطح معنی داری
ساختاری <---> شناختی	۰/۴۷۱	۰/۰۸۱	۰/۵۳۶	۵/۸۲۴	۰/۰۰۱
شناختی <---> ارتباطی	۰/۵۹۸	۰/۰۹۳	۰/۶۸۶	۶/۴۱۰	۰/۰۰۱
شناختی <---> کارآفرینی سازمانی	۰/۲۴۹	۰/۱۲۶	۰/۲۴۲	۱/۹۸۳	۰/۰۴۷
ارتباطی <---> کارآفرینی سازمانی	۰/۳۴۳	۰/۱۲۶	۰/۲۹۱	۲/۷۱۷	۰/۰۰۷
ساختاری <---> کارآفرینی سازمانی	۰/۲۲۰	۰/۰۷۷	۰/۲۴۴	۲/۸۵۸	۰/۰۰۴

تکرار می‌تواند تا حد کمی به دقت بالاتر در برآوردها بیانجامد. نتایج به دست آمده از اجرای روش خودگردان سازی برای آزمون اثر غیرمستقیم ابعاد ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی بر روی کارآفرینی سازمانی در جداول (۱۱ و ۱۲) نشان داده شده است. همان‌گونه از نتایج مندرج در جدول ۱۱ پیداست بر اساس توزیع نمونه‌ای باز تولید شده ۵۰۰۰ تایی از طریق روش خودگردان سازی در سطح اطمینان ۹۵ درصد، مجموع اثر غیرمستقیم بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی با مقدار استاندارد شده غیرمستقیم برابر با مقدار ۰/۲۳۷ و خطای

۴- آزمون اثر غیرمستقیم ابعاد ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با استفاده از روش خودگردان سازی

برای اجرای روش خودگردان سازی بر اساس نمونه آماری پیشنهاد داده شده توسط هایز (Hayes, 2009)، از طریق انجام نمونه‌گیری‌های فرعی متعدد با جای‌گذاری بر مبنای داده‌های اصلی گرفته شده از ۲۱۵ نفر از پاسخگویان اقدام به ایجاد و جایگزینی نمونه ۵۰۰۰ تایی در سطح اطمینان ۹۵ درصد گردید. البته لازم به ذکر است که به طور معمول بایستی حجم نمونه از طریق نمونه‌گیری مجدد حداقل تا ۱۰۰۰ افزایش یابد، هر چند، افزایش دفعات

بر اساس نتایج به دست آمده در بخش‌های قبلی، اثرات مستقیم و غیرمستقیم و همچنین اثرات کل هر یک از متغیرهای مستقل تحقیق بر متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی در جدول ۱۲ نشان داده شده است. همان‌گونه که از نتایج کسب شده مشخص می‌شود بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی دارای بیشترین اثر مستقیم (۰/۲۹۱) و بعد ساختاری سرمایه اجتماعی دارای بیشترین اثر غیرمستقیم (۰/۲۳۷) بر کارآفرینی سازمانی می‌باشد. همچنین، در مجموع بر اساس اثر کل، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی دارای بیشترین تاثیر (۰/۴۸۰) بر روی کارآفرینی سازمانی بوده است.

استاندارد ۰/۰۸۳، معنی‌دار شده است. به عبارت دیگر، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری اثر غیرمستقیم کمتر از ۰/۰۵ بوده و عدد صفر در دامنه کران پایین و بالای این اثر (فاصله اطمینان ۰/۱۰۶ تا ۰/۴۳۳) قرار نمی‌گیرد، از این‌رو، میزان اثر غیرمستقیم استاندارد شده برابر با صفر نبوده و معنی‌دار می‌باشد (جدول ۱۱). به همین منوال، نتایج تحقیق حاکی از آن بود که مجموع اثر غیرمستقیم بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی از طریق بعد ارتباطی با مقدار استاندارد شده غیرمستقیم برابر با ۰/۱۹۹ و خطای استاندارد ۰/۰۹۲، با توجه به اینکه عدد صفر در دامنه کران پایین و بالای این اثر (فاصله اطمینان ۰/۰۲۹ تا ۰/۳۹۱) قرار نگرفته بود، معنی‌دار بود (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- نتایج اثرات غیرمستقیم متغیرها بر اساس روش خودگردان سازی

روابط	مقادیر استاندارد شده غیرمستقیم	خطای استاندارد اثر غیرمستقیم	Bootstrap (فاصله اطمینان (CI) ۹۵ درصد)	
			کران بالا	کران پایین
ساختاری --> کارآفرینی سازمانی (از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی)	۰/۲۳۷	۰/۰۸۳	۰/۴۳۳	۰/۱۰۶
شناختی --> کارآفرینی سازمانی (از طریق بعد ارتباطی)	۰/۱۹۹	۰/۰۹۲	۰/۳۹۱	۰/۰۲۹

جدول ۱۲- تفکیک اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای تحقیق

روابط	اثرات استاندارد شده		
	مستقیم	غیرمستقیم	کل
ساختاری --> کارآفرینی سازمانی	۰/۲۴۴	$(0/536 * 0/242 + 0/686 * 0/291) = 0/237$ (از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی)	$(0/244 + 0/237) = 0/480$
شناختی --> کارآفرینی سازمانی	۰/۲۴۲	$(0/686 * 0/291) = 0/199$ (از طریق بعد ارتباطی)	$(0/242 + 0/199) = 0/441$
ارتباطی --> کارآفرینی سازمانی	۰/۲۹۱	-	۰/۲۹۱

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده از برآورد مدل ساختاری تحقیق با در نظر گرفتن تمامی روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها مشخص شد که بر اساس شاخص‌های مختلف، مدل اشاره شده از برآزش مناسبی برخوردار بوده و تمامی روابط مستقیم بین متغیرها در سطح ۵ درصد معنی‌دار شده‌اند. همچنین، نتایج حاکی از آن بود که سه بعد سرمایه اجتماعی شامل ساختاری، شناختی و ارتباطی با در نظر گرفتن روابط مستقیم و غیرمستقیم در حدود ۴۱ درصد از واریانس متغیر وابسته پژوهش یعنی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در شهرستان‌های جنوب استان کرمان را تبیین نموده‌اند. با توجه به معنی‌دار بودن تمامی روابط مستقیم بین متغیرهای مختلف تحقیق و وجود برخی روابط غیرمستقیم بین متغیرها بر اساس مدل مفهومی پژوهش، به منظور برآورد اثر کلی هر یک از متغیرها و آزمون معنی‌داری مجموع اثر غیرمستقیم دو بعد ساختاری و شناختی سرمایه اجتماعی از روش خودگردان سازی استفاده شد. نتایج تحقیق در این بخش نشان داد که مجموع اثر غیرمستقیم بعد ساختاری سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی از طریق ابعاد شناختی و ارتباطی و همچنین مجموع اثر غیرمستقیم بعد شناختی سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی از طریق بعد ارتباطی معنی‌دار بود و در کل، بر اساس میزان شدت اثر کل بعد ساختاری، سرمایه اجتماعی دارای بیشترین تأثیر بر متغیر کارآفرینی سازمانی بود و پس از آن نیز به ترتیب مؤلفه‌های شناختی و ارتباطی قرار داشتند. در این زمینه، هر سازمان و شرکتی به منظور توسعه و تقویت کارآفرینی سازمانی می‌بایست ابتدا به ساختار مناسبی برای کارآفرینی توجه کند. قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۷) بر این باورند که داشتن ساختار مناسب در تصمیم‌گیری و انجام کار به صورت گروهی موجب ایده‌پروری و نوآوری در سازمان و در نهایت توسعه کارآفرینی سازمانی می‌شود. از طریق طراحی ساختار مناسب و تقویت بعد ساختاری سرمایه اجتماعی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، اختیارات و آزادی‌های

لازم به اعضای شرکت داده شده و از ایده‌های آنان حمایت به عمل می‌آید و نیز امکان دسترسی آن‌ها به منابع و اطلاعات غیرتکراری و جامع فراهم می‌گردد. پشتیبانی از پیوندها و ارتباطات شبکه‌ای موجود در شرکت‌ها و تسهیل آنها می‌تواند از طریق بهبود جریان‌های ارتباطی و افزایش ارتباطات غیررسمی اعضای شرکت‌ها با یکدیگر و افزایش حمایت اجتماعی سبب بهبود سطح خلاقیت اعضا و تقویت ریسک‌پذیری و نوآوری به منزله دو عنصر اصلی کارآفرینی سازمانی گردد. افزایش مهارت‌های ارتباطی زمینه‌های لازم برای کار گروهی در سازمان را فراهم می‌آورد و می‌تواند بسترهای توسعه کارآفرینی سازمانی را افزایش دهد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱). افزون بر این، همان‌طور که لیو و ولش (Liao & Welsch, 2005) تأکید داشتند بعد ساختاری اساسی‌ترین بعد سرمایه اجتماعی بوده و منشا پیدایش سرمایه شناختی و ارتباطی به شمار می‌رود. بدین ترتیب، بعد ساختاری سرمایه اجتماعی به واسطه تأثیرگذاری بر ابعاد شناختی و ارتباطی، می‌تواند زمینه لازم برای توسعه کارآفرینی را فراهم نماید. نتایج این بخش از تحقیق و اهمیت بعد ساختاری در نتایج مطالعات سگری و همکاران (۱۳۹۰) و نان‌چن (Nan-Chen, 2007) مورد تأیید قرار گرفته است.

همان‌طور که اشاره شد پس از بعد ساختاری، بعد شناختی سرمایه اجتماعی از تأثیر بیشتری در توسعه کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی برخوردار بود. در این زمینه، وجود ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی مشترک بین مدیران و کارکنان سازمان در قالب مؤلفه شناختی سرمایه اجتماعی می‌تواند از طریق انعطاف‌پذیری و مشارکت دادن تمامی کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی، توانمندسازی اعضا، اعتمادسازی و ایجاد انسجام بیشتر میان کارکنان سازمان، نقش اساسی را در القا و تقویت روحیه نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری به عنوان حلقه‌های اصلی توسعه کارآفرینی در سازمان ایفا نماید. همکاری گروهی یکی از مؤلفه‌های بنیادین استقرار یک سازمان کارآفرین است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱). همچنین، تدوین و ترسیم اهداف و چشم‌انداز سازمانی مشخص و شفاف از طریق

آن‌ها، فراهم نمودن زمینه‌های تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های حرفه‌ای و تخصصی در بین شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای با مشارکت داوطلبانه اعضا و مدیران، واگذار کردن وظایف به اعضا متناسب با تخصص و تجارب کاری و تشویق آنان به انجام کارها به صورت گروهی و هماهنگ باهم، تفویض اختیار بیشتر به اعضای شرکت و فراهم نمودن زمینه‌های آزادی عمل و استقلال بیشتر اعضا در انجام وظایف شغلی و ارائه خدمات، دخالت دادن اعضای شرکت در تصمیم‌گیری در امور مختلف شرکت و حمایت از ایده‌های آن‌ها، مورد توجه جدی مدیران و برنامه‌ریزان قرار گیرند.

۲- با توجه به نتایج تحقیق و تأثیر عامل شناختی بر توسعه کارآفرینی سازمانی، پیشنهاد می‌شود مواردی همچون ایجاد فرهنگ ریسک‌پذیری معقول در سازمان، فعال و پویا نگه داشتن کارکنان و تشویق آنان به ایده‌پردازی و ارائه فکرهای نو برای بهبود خدمات سازمان، حمایت و پشتیبانی از عملکردهای مناسب با جهت‌گیری تشخیص، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و توسعه زبان و مفاهیم مشترک در سازمان برای ارتباط و تعامل مؤثر کارکنان و تسهیل در انتقال تجارب آن‌ها به یکدیگر، مورد توجه بیشتری قرار گیرند.

شناسایی و کشف تهدیدها و فرصت‌های محیطی و با بکارگیری اقداماتی برای خنثی نمودن عدم قطعیت و افزایش اطمینان محیطی، منجر به بروز پیشگامی به عنوان یکی دیگر از ابعاد مهم کارآفرینی سازمانی خواهد شد. مؤلفه شناختی می‌تواند از طریق تأثیرگذاری بر بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی و زمینه‌سازی برای ایجاد اعتماد، همکاری و همیاری گروهی بیشتر بین اعضای شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، بستر لازم برای تسهیل و تسریع انتقال دانش و اطلاعات و تسهیم ایده‌های اعضا را به شکل اثربخشی مهیا سازد و از این طریق سبب توسعه کارآفرینی سازمانی شود. نتایج این بخش از تحقیق و تأثیر مؤلفه شناختی بر کارآفرینی سازمانی در پژوهش‌های عسگری و قانع (۱۳۹۱)، حسینی (۱۳۹۰) و بهنوش (Behnoosh, 2012) مورد تأیید قرار گرفته است.

با در نظر گرفتن یافته‌های اصلی کسب شده از پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱- با توجه به نتایج تحقیق و تأثیر عامل ساختاری بر توسعه کارآفرینی سازمانی به عنوان مهمترین عامل، پیشنهاد می‌شود مواردی از قبیل شبکه‌سازی و ایجاد شبکه‌های اطلاعاتی بین اعضا و مدیران شرکت‌های مختلف به منظور تسهیل و تسریع تبادل اطلاعاتی بین

منابع

- احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۳). کارآفرینی: تعاریف، نظریات، الگوها (چاپ پنجم). تهران: انتشارات شرکت پردیس.
- سعدی، ح.، و سلیمانی، ع. (۱۳۹۱). ظرفیت کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا-همدان. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*. جلد ۸، شماره ۲، صص ۱۰۵-۱۱۷.
- جهانگیری، ع.، و مبارکی، م. ح. (۱۳۸۸). ارائه چارچوب ادراکی مناسب از کارآفرینی در بخش دولتی. *فصلنامه توسعه کارآفرینی*. دوره ۱، شماره ۳، صص ۶۰-۳۵.
- حسینی، ع. (۱۳۹۰). تعیین رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی مطالعه موردی: شرکت‌های صنعتی استان کردستان. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج*.
- ربیعی، ع.، و صادق‌نژاد، ح. (۱۳۹۰). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی. *فصلنامه رفاه اجتماعی*. دوره ۱۱، شماره ۴۱، صص ۱۹۱-۲۲۱.
- درینی، ر.، رضائی، ر.، بادیار، م. و شریفی، ا. (۱۳۹۳). مدل اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی در شهرستان‌های جنوب استان کرمان. *مجموعه مقالات پنجمین کنگره علوم ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی ایران، زنجان، ۱۱-۱۳ شهریورماه ۱۳۹۳*، صص ۱-۱۴.

- عسگری، م. ه. و قانع، م. (۱۳۹۱). رابطه بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه مورد: صنعت فولاد ایران). ماهنامه مهندسی مدیریت. دوره. ۵، شماره. ۴۷، صص ۴-۸.
- عسگری، م. ه.، کاظم پور، ا.، و حاتمیان، م. ع. (۱۳۹۰). بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی در مؤسسه مهندسی جواد الائمه. ماهنامه مهندسی مدیریت. دوره. ۴، شماره. ۴۰، صص ۱-۹.
- قلی‌پور، ر.، مدهوشی، م.، و جعفریان، و. (۱۳۸۷). تحلیل رابطه و تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی در گروه صنعتی سدید). فصلنامه فرهنگ مدیریت. دوره. ۶، شماره. ۱۷، صص ۱۱۱-۱۲۹.
- مرادی، ح.، بیژنی، م.، براداران، م.، شعبانعلی فمی، ح.، و آجیلی، ع. (۱۳۹۱). نقش مؤلفه اطلاعاتی-ارتباطی توسعه حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه. مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. جلد. ۸، شماره. ۱، صص ۱۰۱-۱۱۲.
- مقیمی، م.، و احمدپور داریانی، م. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط: نیازها و راهکارها. فصلنامه توسعه کارآفرینی. دوره. ۱، شماره. ۱، صص ۲۴۵-۲۰۷.
- هاشمی، ح.، و نوروزی، م. ر. (۱۳۸۸). مفهوم شناسی و بررسی تأثیر دولت بر سرمایه اجتماعی در جامعه. مجموعه مقالات همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی، سمنان، ۵ اسفند ماه ۱۳۸۸، صص ۴۱۹-۴۳۴.

- Antoncic, B., and Hisrich, R. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16 (1), 495- 527.
- Baron, R. M., and Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173- 1181.
- Bartlett, J., Kotrlik, J., and Higgins, C. (2001). Organizational research: Determining appropriation sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19 (1), 5- 43.
- Behnoosh, S. (2012). The relationship between social capital and entrepreneurship in general administration of physical education of Khorasan Province, Iran. *World Applied Sciences Journal*, 18 (3), 317-321.
- Bolino, M., Turnley, W., and Bloodgood, J. (2002). Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations. *Academy of Management Review*, 27 (4), 505- 522.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., and Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. USA: Prentice Hall.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millennium. *Communication Monographs*, 76 (4), 408-420.
- Heinonen, J., and Korvela, K. (2005). *How about measuring entrepreneurship?* Retrieved from Small Business Institute: <http://www.oecd.org>
- Hough, J., and Scheepers, R. (2008). Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership. *Journal of Global Strategic Management*, 3 (1), 17- 25.
- Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling*: The Guilford Press.
- Liao, J., and Welsch, H. (2005). Roles of social capital in venture creation: Key dimension and research implications. *Journal of Small Business Management*, 43 (4), 345- 362.
- Lin, S., and Yin-Mei H. (2005). The role of social capital in the relationship between human capital and career mobility. *Journal of Intellectual Capital*, 6 (2), 191- 205.
- Mackinnon David, P. (2008). *Introduction to Statistical Mediation Analysis*. United States of America: Taylor & Francis Group.
- Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242- 260.
- 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.
- Scheepers, M., Hough, J., and Bloom, J. (2008). Nurturing the corporate entrepreneurship capability. *Journal of Southern African Business Review*, 12 (3), 50- 75.
- Ulhoi, J. (2004). The social dimensions of entrepreneurship. *Technovation*, 25 (8), 939- 946.

Investigation in the Effects of Social Capital on Organizational Entrepreneurship in Counseling Services Enterprises in Southern Kerman Province

M. Badsar*, R. Rezaei and R. Darini¹

(Received: Apr, 9. 2014; Accepted: Apr, 12. 2015)

Abstract

In this descriptive- correlation study the effects of social capital on organizational entrepreneurship in enterprises of agricultural technical engineering and counseling services in Kerman province had been investigated. The population of the study was included 346 members of agricultural technical engineering and counseling services enterprises in southern townships of southern Kerman province. Based on Bartlett et al. table, 215 members were selected through stratified proportional sampling method based on the number of enterprises' members in each of the cities. Questionnaires were used to collect the data. The face and content validity of questionnaires was confirmed by a panel of experts. The construct validity and composite reliability was assessed through confirmatory factor analyses (measurement model). To investigate the direct and indirect effects of research variables a Bootstrap method based on multivariate structural equation modeling techniques by using AMOS20 software was applied. The result based on the Bootstrap method showed that total indirect effects of structural dimension of social capital through cognitive and communicative dimensions, and total indirect effects of cognitive dimension through communicative dimension, were significant on the organizational entrepreneurship. The results also revealed that the communicative dimension of social capital had the most direct effect ($\beta = 0.291$) and structural dimension of social capital had the highest indirect effect ($\beta = 0.237$) and total effect ($\beta = 0.480$) on the organizational entrepreneurship.

Keywords: Social Capital, Organizational Entrepreneurship, Bootstrap Method.

¹ - Assistant Professor, Associate Professor and MSc Graduate, respectively, Department of Agricultural Extension, Communication and Rural Development, University of Zanjan.

* -Corresponding author, Email: mbadsar@yahoo.com