

تبیین تاثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

بهمن خسروی پور*

استاد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

مسعود برادران

استاد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

آمنه سواری ممبئی

دانش‌آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی و توسعه روستایی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

علی زلکی نژاد

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، اهواز، ایران

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر تبیین تاثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، بوده است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه محقق ساخته‌ای بود که روایی ظاهری و محتوایی آن، توسط گروه متخصصان تأیید شد و برآورد. برآورد پایایی پرسشنامه با محاسبه ضریب تتای ترتیبی تعیین گردید. میزان این ضریب برای تمامی مؤلفه‌های مورد نظر بالاتر از $0/9$ محاسبه شد (سرمایه اجتماعی = $0/90$ و کارآفرینی سازمانی = $0/91$). جامعه آماری این پژوهش کل کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان بوده است ($N=293$) که تعداد ۱۶۵ نفر از آنان به روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. پردازش داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS25 انجام شد. بنابر یافته‌ها وضعیت سرمایه اجتماعی در ۳ بعد ارتباطی، شناختی و ساختاری (میانگین = $2/79$ از ۵ و انحراف معیار = $0/86$) و کارآفرینی سازمانی در ۴ بعد نوآوری، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی (میانگین = $2/49$ از ۵ و انحراف معیار = $1/02$) در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان به میزان کم‌تر از متوسط ارزیابی شده است. یافته‌های رگرسیون ترتیبی به منظور تعیین میزان تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان نیز نشان داد که بر اساس ضریب ناگل کرک، متغیرهای مستقل ارتباطی، شناختی و ساختاری به عنوان ۳ بعد سرمایه اجتماعی، توانسته‌اند ۵۹ درصد از احتمال واریانس متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان را تبیین کرده است. استناد به یافته‌های این پژوهش ضمن توجه بیشتر به مقوله سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان مؤثر واقع گردد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، نوآوری، سازمان جهاد کشاورزی

* نویسنده مسئول: b.khosravipour@gmail.com

همکاران، ۱۳۹۴). شنا سایی و بررسی عوامل مختلف مؤثر بر توسعه کارآفرینی می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان برای ارتقای فعالیت‌های کارآفرینانه در کشور کمکی مؤثر باشد (نظریان و حدادیان، ۱۳۹۲).

کارآفرینی سازمانی یک سازه چند بعدی می‌باشد که با ابعاد گوناگونی ارتباط دارد. در بحث نوآوری و کارآفرینی، مسئله اساسی این است که، توجه به پرورش این قابلیت در سازمان، چرا علی‌رغم وجود بالقوه در درون هر فرد و سازمان به فعلیت رساندن آن سخت است؟ این توانایی مستلزم برنامه‌ریزی صحیح و دقیق و بهره‌گیری از تمام توانمندی‌های فردی و اجتماعی است (Wayet & Richardson, ۲۰۱۵). با توجه به مطالب اشاره شده و در نظر گرفتن تأثیرپذیری کارآفرینی سازمانی و مؤلفه‌های آن از عوامل درون و برون سازمانی و همچنین با مد نظر قرار دادن پایین بودن نرخ شاخص کارآفرینی سازمانی در ایران، به ویژه در سازمان‌های دولتی که بر اساس گزارش دفتر دیده‌بان جهانی کارآفرینی (۲۰۱۱) کمتر از یک درصد است (رضائی و درینی، ۱۳۹۲)، باید بیان نمود که کارکنان جهاد کشاورزی به دلیل وظیفه مهمی که عهده‌دار هستند، سهم بسزایی در شنا سایی امکانات و استعدادها بالقوه و بالفعل منابع و عوامل تولید بخش کشاورزی و مسائل و مشکلات فنی، اقتصادی و اجتماعی مربوط به آن را دارند (خراسانی و همکاران، ۱۳۹۵). بنابراین به منظور غلبه بر شرایط نامطمئن، پیچیده و پویا، تنها راهی که پیش روی مدیران قرار دارد، توانمندسازی سازمان و کارکنان است (عزیزی اصل و همکاران، ۱۳۹۴). مدیران برای توسعه، بیشتر از آن که نیازمند سرمایه‌های فیزیکی و انسانی باشند، به سرمایه‌ی اجتماعی نیاز دارند. به بیان دیگر، تا زمانی

امروزه کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌آیند (نظریان و حدادیان، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی به عنوان فعالیت‌های کارآفرینی در قالب محصول، فرآیند، و نوآوری‌های سازمانی تعریف شده است. کارآفرینی سازمانی نه تنها به سرمایه‌گذاری‌های تجاری جدید اشاره می‌کند، بلکه به سایر فعالیت‌ها و جهت‌گیری‌های نوآورانه از قبیل محصولات، خدمات، فناوری‌ها، فنون اجرایی و اداری، استراتژی‌ها، تفکر و گرایش‌های رقابتی جدید نیز اشاره دارد (صمدی میارکلانی و همکاران، ۱۳۹۵). در کارآفرینی سازمانی، 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. 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 (بادسار و همکاران، ۱۳۹۴).

بیشتر تحقیقات صورت گرفته روی کارآفرینی، از نوع تعیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و از نوع ساختاری و موقعیت محیطی بوده است که به دلیل عدم توجه به شبکه روابط اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، یعنی عوامل غیر اقتصادی، مورد انتقاد قرار گرفته است (آقا احمدی و همکاران، ۱۳۹۵). سازمان‌ها با شناخت ابعاد سرمایه اجتماعی خود می‌توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی به دست آورده و با استفاده از آن سیستم‌های سازمانی خود را بهتر هدایت نمایند (رضائی و

استان خوزستان با توجه به منابع طبیعی بخش قابل توجهی از تولیدات کشاورزی و دامپروری را در کشور به خود اختصاص داده است. جمعیت بالای جوامع روستانشین و عشایر این استان نیز از جمله عوامل تاثیرگذار بر این تولیدات ارزشمند به حساب می‌آید. سازمان جهاد کشاورزی با توجه به نقش مهم خود در ارائه اطلاعات، مشاوره و همچنین ارتباط فراوانی که با کشاورزان به صورت مستقیم دارد می‌تواند در بهبود فعالیت‌ها و پذیرش نوآوری‌ها و دستاوردهای جدید توسط کشاورزان بسیار مؤثر باشد. بنابراین توانمندی و مهارت‌های فردی و تخصصی این کارکنان بسیار با اهمیت می‌باشد. سرمایه اجتماعی سازمانی نیز ابعادی از رفتارهای نوآورانه، ایجاد ارتباط، ریسک‌پذیری و به طور کلی دیدگاه‌های خلاقانه را در برمی‌گیرد که علاوه بر تاثیرات فراوان بر محیط کار در این سازمان، می‌تواند بر ارتباط کارکنان با کشاورزان نیز تاثیرگذار باشد و با توجه به الگوبرداری کشاورزان از این کارشناسان انتظار می‌رود تغییرات مثبتی در ارتباط میان کشاورزان و کارشناسان و به تبع آن بهبود سطح انتقال اطلاعات و تعاملات و در نهایت عملکرد کشاورزی محقق شود. این در حالی است که به نظر می‌رسد به رغم اهمیت موضوع، تاکنون مطالعه خاصی در این زمینه پیرامون بررسی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی در استان خوزستان به عنوان قطب مهم کشاورزی کشور انجام نگرفته است. لذا این تحقیق با هدف بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، انجام شد.

که سازمان‌ها برای بقا تلاش می‌کنند و خود را نیازمند حضور در عرصه‌های ملی و جهانی می‌دانند، باید اصل بهبود مستمر عملکرد را سرلوحه فعالیت خود قرار دهند و این اصل حاصل نمی‌شود، مگر اینکه زمینه دستیابی به ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی امکان‌پذیر باشد (رضائی و همکاران، ۱۳۹۴). در این میان سازمانی از سرمایه‌ی اجتماعی برخوردار است که کارکنان آن در مراودات با یکدیگر و در ارتباط با سازمان‌ها و مشتریان از سهولت، سادگی و انعطاف بالایی برخوردار باشند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵). شواهد محکمی وجود دارد سازمان‌هایی که از سرمایه‌ی اجتماعی قدرتمندی سود می‌برند، می‌توانند به سرمایه‌های لازم برای کارآفرینی و فعالیت‌های شجاعانه دست یابند، یادگیری سازمانی را بهبود بخشند، از توانایی یافتن متحدان استراتژیک سود ببرند و از منابع خود در برابر پیشنهادهای غیردوستانه - صاحب شرکت - به خوبی دفاع کنند. یک سرمایه‌ی اجتماعی سازمانی، یک دیواره دفاعی برای دمکراسی است (رنجبر و بیرجندی، ۱۳۹۳). نظریه‌پردازان بر این عقیده‌اند که سرمایه‌ی اجتماعی به‌منزله یک اصل اساسی برای دستیابی به توسعه پایدار و راهی برای نیل به موفقیت و بهبود عملکرد سازمان قلمداد می‌شود و مدیران و کسانی که بتوانند در سازمان، سرمایه‌ی اجتماعی ایجاد کنند، راه کامیابی شغلی و سازمانی خود را هموار می‌سازند (رضائی و همکاران، ۱۳۹۴). سازمان‌ها با شناخت و کشف ابعاد سرمایه‌های اجتماعی خود می‌توانند درک بهتری از الگوی تعاملات بین فردی و گروهی داشته باشند و با استفاده از سرمایه‌های اجتماعی می‌توانند سیستم‌های سازمانی خود از جمله کارآفرینی سازمانی را بهتر هدایت کنند (فرزانه و طاهری اطاقسرا، ۱۳۹۴).

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان یک پدیده اجتماعی باعث بروز خلاقیت و رفتارهای نوآورانه و ریسک پذیری می‌شود که این امر در فعالیتهای کارآفرینانه نقش مهمی دارد، چرا که کارآفرینی یک فرآیند اجتماعی- اقتصادی است که از دو طریق به بافت اجتماعی متکی است: نخست آن که کارآفرینان محصول محیط اجتماعی خود هستند و دوم اینکه کارآفرینی یک فعالیت اجتماعی است و در نتیجه وجود و یا عدم پیوندها و ارتباطات اجتماعی بر ماهیت کسب و کار تاثیر می‌گذارند (پورکیانی و بهرامی‌نژاد، ۱۳۹۱). در ارتباط میان سرمایه اجتماعی و کارآفرینی سازمانی می‌توان بیان کرد که سرمایه‌ی اجتماعی رفتاری ریسک‌پذیر و نوآورانه را که جزء لاینفک کارآفرینی است تسهیل کرده و به طور مستقیم وارد عملکرد کاربردی افراد می‌شود در واقع این نوع سرمایه عملکرد کلی افراد را به عنوان یک کارآفرین گروهی تسهیل می‌کند (فرزانه و طاهری اطاقسرا، ۱۳۹۴).

سرمایه‌ی اجتماعی پیش شرطی ضروری برای توسعه‌ی کارآفرینی به شمار می‌رود. در واقع، سرمایه اجتماعی بستر مناسبی را برای بروز قابلیت‌های کارآفرینانه در سازمان فراهم می‌کند (رضائی و درینی، ۱۳۹۲). سرمایه اجتماعی پدیده‌ای اجتماعی است که باعث بروز خلاقیت، ایده‌پردازی، تسهیل رفتارهای نوآورانه و مخاطره‌پذیری می‌شود. افراد با سرمایه‌ی اجتماعی بالاتر به منابع و اطلاعات بیشتری دسترسی دارند که می‌تواند در روند تشکیل و توسعه‌ی کسب و کار و دستیابی به بازارهای جدید تاثیرگذار باشند (Castro et al., 2014). زمانی که شرایط ایجاد سرمایه اجتماعی برای یک کارمند فراهم شود، وی زمینه رشد در بسیاری از مسائل از جمله

کارآفرینی در سازمان را نیز خواهد داشت. چرا که تعاملات اجتماعی نقش مهمی در تسهیل نوآوری و خلاقیت که از جمله شاخص‌های کارآفرینی به شمار می‌رود، ایفاء می‌کند (محمودی و همکاران، ۱۳۹۵).

فارسی و همکاران (۱۳۹۲) بیان کردند که سرمایه اجتماعی و ابعاد آن از جمله شناختی، ساختاری و رابطه‌ای، بر نوآوری سازمانی با گرایش کارآفرینانه، به طور مستقیم و غیرمستقیم، تاثیر قابل توجهی دارند. آن‌ها همچنین اظهار داشتند که سرمایه اجتماعی به عنوان پدیده‌ای اجتماعی منجر به نوآوری، ایده‌های جدید، رفتار نوآورانه و مخاطره آمیز را تسهیل می‌کند. رضائی و همکاران (۱۳۹۴) در بررسی تاثیر ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی شامل سه بُعد ساختاری، ارتباطی، شناختی بر عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان البرز، نشان دادند که سرمایه اجتماعی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان البرز دارد.

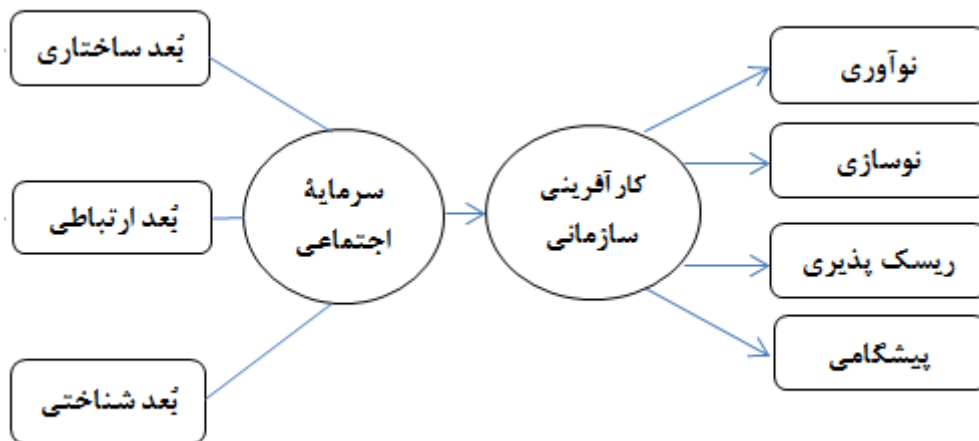
یافته‌های پژوهش مددی (۱۳۹۲) نیز حاکی از آن است که بین سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای مثبت و معناداری وجود دارد.

رضایی و درینی (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود نتایج نشان دادند که افزایش سرمایه‌ی اجتماعی در سازمان، منجر به تقویت و توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی می‌شود.

در مجموع نتایج مطالعات متعدد از وجود ارتباط معنی‌دار بین ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی با کارآفرینی سازمانی اشاره دارد (باب‌الحوائجی و زمانی‌راد، ۱۳۹۲؛ بادسار و همکاران، ۱۳۹۴؛ فرزانه و طاهری‌اطاقسرا، ۱۳۹۴؛ محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۴؛ صفرنیا و مرادی، ۱۳۹۵؛ منتظری و همکاران، ۱۳۹۵؛ خیراندیش و جمشیدی، ۱۳۹۵؛ صمدی مبارکلائی و

مطالب اشاره شده، مدل نظری پژوهش در نگاره (۱) آورده شده است.

همکاران، ۱۳۹۵؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ صفرزاده و زاهدی، ۱۳۹۵؛ عربیون و همکاران، ۱۳۹۵؛ (Chih & Tingko, 2015). در مجموع با توجه به



نگاره ۱- مدل نظری پژوهش پژوهش

که در برگرنده جنسیت، سن، تحصیلات، میزان شرکت در دوره‌های آموزش ضمن خدمت و سابقه خدمت بود. بخش دوم شامل گویه‌های سنجش سرمایه اجتماعی بوده که برای سنجش سرمایه اجتماعی از پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی بر حسب مدل ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) استفاده شده که دارای ۶۰ گویه است که در آن از مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت استفاده شده است و مؤلفه‌های ساختاری، رابطه‌ای و شناختی را می‌سنجد و بخش سوم به گویه‌های سنجش کارآفرینی سازمانی اختصاص یافت. برای سنجش مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی نیز از پرسشنامه استاندارد اسپیرز و همکاران (۲۰۰۸) استفاده شد که شامل ۴ مؤلفه نوآوری (۵ گویه)، ریسک‌پذیری (۵ گویه)، پیشگامی (۴ گویه) و نوسازی (۷ گویه) بوده

روش‌شناسی

هدف اصلی پژوهش حاضر تبیین تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، بوده است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخت بوده است. جامعه آماری این پژوهش کل کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان بوده است (N=۲۹۳) که تعداد ۱۶۵ نفر از آنان به روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. حجم نمونه با استفاده از جدول نمونه‌گیری Bartlett (۲۰۰۱) و به روش تصادفی ساده (برحسب لیست دریافتی از مدیریت امور اداری سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان) تعیین شد. پرسشنامه از سه بخش شامل بخش اول اطلاعات شخصی پاسخگویان

² Scheepers

¹ Nahapiet & Ghoshal

عالی کشاورزی و نیز مدیران، کارشناسان و متخصصان موضوعی شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، تعیین شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها عملیات کدگذاری، استخراج اطلاعات و انتقال آن‌ها به رایانه انجام و آمارهای توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS25، انجام شد.

در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان اکثراً مرد (۶۹/۱ درصد) و دارای تحصیلات کارشناسی (۵۱/۵ درصد)، بودند. همچنین به‌طور میانگین دارای ۱۷/۶ سال سابقه‌ی کار در مجموعه‌ی جهاد کشاورزی (انحراف معیار=۲/۱۴)، بودند.

که وضعیت سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان از دیدگاه کارشناسان شاغل در آن سازمان در ۳ بعد ارتباطی، شناختی و ساختاری به میزان کم‌تر از متوسط ارزیابی شده است (میانگین = ۲/۷۹ از ۵ و انحراف معیار = ۰/۸۶).

است. لازم به ذکر است که برآورد پایایی پرسشنامه با محاسبه‌ی ضریب تنای ترتیبی تعیین گردید. میزان این ضریب برای تمامی مؤلفه‌های مورد نظر بالاتر از ۰/۹ محاسبه شد (سرمایه اجتماعی = ۰/۹۰ و کارآفرینی سازمانی = ۰/۹۰) که این امر بیانگر پایایی مناسب پرسشنامه بود. روایی شکلی و محتوایی پرسشنامه نیز توسط گروهی از متخصصان و صاحب‌نظران آموزش

یافته‌ها

یافته‌های تحقیق گویای آن است که کارشناسان ۴۱ تا ۵۰ ساله شاغل در سازمان جهاد کشاورزی مورد مطالعه در استان خوزستان بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده بودند (۳۵/۸ درصد). کارشناسان شاغل

رتبه‌بندی ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی بر اساس دیدگاه پاسخگویان

جدول شماره ۴، نتایج رتبه‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان از دیدگاه کارشناسان شاغل در آن سازمان را بر مبنای ضریب تغییرها نشان می‌دهد نتایج حاکی از آن است

جدول ۱- رتبه‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

رتبه	ضریب تغییر	انحراف معیار	میانگین*	بعد
۱	۰/۳۰	۰/۸۷	۲/۹۰	ارتباطی
۲	۰/۳۱	۰/۸۹	۲/۸۶	شناختی
۳	۰/۳۱	۰/۸۱	۲/۶۲	ساختاری
----	----	۰/۸۶	۲/۷۹	کل

*مقیاس: خیلی کم=۱ خیلی زیاد=۵

از دیدگاه کارشناسان شاغل در آن سازمان در ۴ بعد نوسازی، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی به میزان کم‌تر از متوسط می‌باشد (میانگین = ۲/۴۹ از ۵ و انحراف معیار = ۱/۰۲).

رتبه‌بندی ابعاد کارآفرینی سازمانی بر اساس دیدگاه پاسخگویان

نتایج جدول ۲، نشان داده است که وضعیت کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

جدول ۲- رتبه‌بندی ابعاد کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

رتبه	ضریب تغییر	انحراف معیار	میانگین*	بعد
۱	۰/۳۶	۰/۹۲	۲/۵۶	نوسازی
۲	۰/۳۶	۰/۸۹	۲/۴۸	نوآوری
۳	۰/۴۰	۰/۹۵	۲/۴۲	ریسک‌پذیری
۴	۰/۵۳	۱/۳۴	۲/۵۲	پیشگامی
----	----	۱/۰۲	۲/۴۹	کل

*مقیاس: خیلی کم=۱ خیلی زیاد=۵

و میزان تغییرات در کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان (در ۴ بعد نوسازی، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی) از ضرایب همبستگی اسپیرمن، استفاده شد که نتایج آن در جدول ۳، ملاحظه می‌شود.

رابطه سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل پژوهش (سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان از منظر ابعاد ارتباطی، شناختی و ساختاری)

جدول ۳- رابطه‌ی بین وضعیت کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان با متغیرهای

مستقل پژوهش

متغیرها	ابعاد	ساختاری	ارتباطی	شناختی	ریسک‌پذیری	نوسازی	نوآوری	پیشگامی
سرمایه	ساختاری	۱						
اجتماعی	ارتباطی	۰/۷۲۳**	۱					
	شناختی	۰/۷۲۶**	۰/۷۵۲**	۱				
	ریسک‌پذیری	۰/۶۲۱**	۰/۶۵۴**	۰/۶۸۳**	۱			
کارآفرینی	نوسازی	۰/۶۲۳**	۰/۷۱۲**	۰/۷۶۲**	۰/۷۴۲**	۱		
سازمانی	نوآوری	۰/۶۵۲**	۰/۷۸۸**	۰/۷۶۸**	۰/۷۶۵**	۰/۸۶۶**	۱	
	پیشگامی	۰/۶۷۰**	۰/۷۱۶**	۰/۷۰۱**	۰/۷۲۴**	۰/۷۲۳**	۰/۸۷۲**	۱

** سطح معنی‌داری یک درصد

سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان در ۴ بعد نوسازی، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشگامی ارتباط مثبت و معناداری در سطح یک درصد حاکم است.

همان‌طور که در جدول ۳، مشاهده می‌گردد، بین متغیر مستقل سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان از منظر ابعاد ارتباطی، شناختی و ساختاری و میزان تغییرات در کارآفرینی

به منظور تعیین میزان تأثیرگذاری سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان بر کارآفرینی سازمانی در سازمان مذکور نیز با توجه به اینکه متغیر وابسته تحقیق به صورت ترتیبی است از رگرسیون ترتیبی استفاده شد تا بتوان وابستگی متغیر وابسته را به متغیرهای پیشگو، به صورت مدل بیان کرد. متغیرهای ارتباطی، شناختی و ساختاری سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

با عنایت به وجود رابطه معنی داری ضریب همبستگی با متغیر وابسته، به عنوان متغیر پیش بین وارد تحلیل رگرسیون ترتیبی شدند. به منظور انجام رگرسیون ترتیبی در آغاز، آزمون نسبت احتمال مدل، بررسی شد. مقدار به دست آمده برای آماره کای اسکوتر در جدول ۴ حاکی از آن است که مدل رگرسیون یک مدل معنادار است.

جدول ۴- آزمون نسبت احتمال مدل

مدل	درست نمایی تابع احتمالی	کای اسکوتر	سطح معنی داری
پایه	۷۳/۴	۴۱/۲	۰/۰۰۰
نهایی	۸۰/۱		

** سطح معنی داری یک درصد

نتیجه‌ی آزمون نکویی برازش نیز در جدول شماره‌ی ۱۲ آورده شده است. با عنایت به معنادار نبودن آماره کای اسکوتر، مشخص می‌گردد که متغیرهای مستقل به خوبی می‌توانند احتمال تغییر پذیری های متغیر وابسته را پیش بینی کنند.

جدول ۵- آزمون نکویی برازش مدل

مدل	کای اسکوتر	سطح معنی داری
پیرسون	۴۱/۱	۰/۲۱
نهایی	۴۷/۶	۰/۲۵

برای محاسبه ضریب تعیین در رگرسیون ترتیبی از آماره‌های ضریب تعیین پزودو استفاده شد ضریب تعیین به دست آمده یعنی کاکس و اسنل (Cox and Snell)، ناگل کرک (Nagelkerke) و مک فادن (McFadden)، به ترتیب ۰/۵۳، ۰/۵۹ و ۰/۴۹ محاسبه گردید که بر اساس ضریب ناگل کرک، متغیرهای مستقل ارتباطی، شناختی و ساختاری به عنوان ۳ بعد سرمایه اجتماعی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، توانسته‌اند ۵۹ درصد از احتمال واریانس متغیر وابسته کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان را تبیین کنند.

ضریب‌های به دست آمده از رگرسیون ترتیبی و سطح معنی داری برای هر یک از متغیرهای مستقل تحقیق، در جدول ۶، آورده شده است. معادله حاصل از رگرسیون به شرح ذیل است:

$$\text{(ساختاری)} ۰.۳۲۵ + \text{(شناختی)} ۰.۳۴۸ + \text{(ارتباطی)} ۰.۴۵۷ + ۲.۴۹ = \text{کارآفرینی سازمانی}$$

جدول ۶- متغیرهای تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان

متغیر	ضریب رگرسیون (B)	خطای استاندارد (S. E)	آماره والد (Wald)	سطح معنی داری (Sig)
ارتباطی	۰/۴۵۷	۰/۱۰۱	۹/۲	۰/۰۰۰
شناختی	۰/۳۴۸	۰/۰۱۵	۴/۷	۰/۰۰۰
ساختاری	۰/۳۲۵	۰/۰۲۶	۳/۶	۰/۰۰۰
مقدار ثابت			۲/۴۹	

R²pseudo Nagelkerke=0.59
R²pseudo Cox and Snell=0.53
R²pseudo McFadden =0.49

اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی ضروری است نقش هریک از ابعاد آن مورد بررسی قرار گیرد. بعد ساختاری سرمایه‌ی اجتماعی 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 استان خوزستان فراهم می‌آورد. هرچه مدیران سازمان روابط درون و برون سازمانی نزدیکتر و گسترده‌تری با کارشناسان خود 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 (اطهری و لطفی، ۱۳۹۸).

از سوی دیگر، بعد ارتباطی سرمایه‌ی اجتماعی (سرمایه رابطه‌ای) با ترویج حس اعتماد، احترام

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف کلی تبیین تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان، انجام شد. براساس نتایج، سرمایه‌ی اجتماعی دارای تأثیر مثبت و معناداری بر کارآفرینی سازمانی می‌باشد که با نتایج مطالعات متعدد از جمله (صفرنیا و مرادی، ۱۳۹۵)؛ (منتظری و همکاران، ۱۳۹۵)؛ (خیراندیش و جمشیدی، ۱۳۹۵) و (Chih-Hsing & Tingko, 2015) همخوانی دارد. این بدان معناست که با افزایش پیوندهای شبکه‌ای، روابط شبکه‌ای و ارتقای همگنی گروه‌ها، اعتماد، تعهدات و انتظارات متقابل و هویت مشترک، قدرت و جسارت بیشتری به اعضای سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان می‌بخشد. از سوی دیگر این سطح از روابط و اعتماد به توانمندی‌ها و نیت‌های یکدیگر، زمینه‌ی تبادل دانش و تجربه‌ها را فراهم می‌آورد و با خلق دانش جدید توسط همکاران همراه خواهد شد. لذا نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت نوآوری و توسعه‌ی کارآفرینی بسیار با اهمیت خواهد بود (منتظری و همکاران، ۱۳۹۵). در تفسیر تأثیر سرمایه‌ی

متقابل، مشارکت، صداقت و افزایش همکاری و هماهنگی درون سازمانی می‌توانند به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه سازمان کمک شایانی نمایند. 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 کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان همراه خواهد شد. پس نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت و نوآوری و توسعه کارآفرینی حائز اهمیت می‌باشد.

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 خواهند یافت. در نتیجه، تعامل و همکاری کارکنان سازمان بیشتر خواهند شد و این موضوع به پیشبرد برنامه‌های کارآفرینی سازمانی کمک می‌نماید (رضایی و درینی، ۱۳۹۲).

در مجموع با عنایت به یافته‌های پژوهش، سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان باید برای کارکنان خود فرصت‌هایی را فراهم کند که بتوانند آموخته‌های جدید خود را به یکدیگر انتقال دهند. البته هنگامی که 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 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 استان خوزستان می‌توانند کارکنان خود را به بیان راهکارهای نوین و نظرات خلاقانه در فضای دو ستانه، صمیمی و آکنده از اعتماد تشویق نمایند. 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.

با توجه به نتایج پژوهش و نقش سرمایه‌های اجتماعی در توسعه کارآفرینی سازمانی و به منظور ارتقای سرمایه اجتماعی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- برگزاری جلسه‌ها و نشست‌های حضوری کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان به صورت دوره‌ای منظم و مستمر به منظور تسهیم دانش و اطلاعات و تبادل نظر با آنان؛

- دوره‌های ضمن خدمت یا کارگاه‌های آموزشی تخصصی برای مدیران جهت آشنایی آنان با روش‌های ترویج ارتباطات مثبت و سازنده و تعامل نزدیک بین کارکنان

- زمینه سازی برای توسعه مفاهیم مدیریت مشارکتی توسط مدیران که در واقع بستر مناسبی برای بروز خلاقیت و استعدادهای کارکنان فراهم می‌کند.

- تشویق و حمایت مدیران از فعالیت‌های تیمی و انجام دادن گروهی فعالیت‌ها و وظایف سازمانی؛

- شفافیت در تصمیم‌گیری و پاسخگویی مدیران سازمان در خصوص عملکردشان؛

- توجه جدی مدیران سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان به رهیافت‌های تشویقی در سازمان با تأکید بر حمایت از عملکردهای کارآفرینانه.

- استقبال از ایده‌های کارشناسانه کارمندان و تجربیات ارتباطات آنان با کشاورزان استان خوزستان

- مشخص نمودن حدود اختیارات و حیطه کاری کارکنان و جلوگیری از تداخل مسئولیت‌های آنان؛

- تفویض اختیار به کارکنان و ایجاد محیط مناسب جهت هم‌فکری کارکنان با مدیران میانی و عالی سازمان؛

- برگزاری دوره‌های آموزشی برای آشنایی کارکنان با اهداف، چشم‌انداز و مأموریت‌های سازمان؛

- تشریح چشم‌انداز و اهداف سازمانی برای کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان به منظور ایجاد اشتراک و هماهنگی بیشتر میان آنان؛

- تسهیل امکان دسترسی کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان به منابع اطلاعاتی و توسعه زیرساخت‌های لازم

- زمینه‌سازی برقراری ارتباط مؤثر با سازمان جهاد سایر شهرستان‌های استان و سازمان‌های مربوطه با هدف هم‌افزایی و توسعه فکری

- دخال‌ت دادن و استفاده از نظرات و دیدگاه کارشناسان شاغل در سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان در خصوص تغییرات و تصمیمات جدید در سطح سازمان؛

منابع

- کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان زاهدان). فصلنامه مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۶۲-۴۳.
- رضائی، ر؛ شعبانعلی فمی، ح و صلاحی مقدم، ن. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی در جهاد کشاورزی استان البرز. علوم و ترویج آموزش کشاورزی ایران، جلد ۱۱، شماره ۲، ۱۳۹۴. صص ۱۲۱-۱۳۳.
- رنجبر، م و بیرجندی، م. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های شهرک صنعتی بندرعباس. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور خنج، گروه مدیریت.
- صفرنیا، ا و مرادی، ن. (۱۳۹۵). ارتباط ساختار سازمانی بر کارآفرینی کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه سه استان کرمانشاه در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴. علوم انسانی اسلامی، شماره ۱۴، جلد ۱، صص ۴۳۹-۴۲۸.
- صفرزاده، ی و زاهدی، ش. (۱۳۹۵). رابطه سرمایه اجتماعی شرکت و حمایت اجتماعی بر کارآفرینی کارکنان زن. فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ، سال هشتم، شماره ۲۰، صص ۹۹-۱۱۱.
- صمدی میارکلائی، ح، بسطامی، م و غلامی اواتی، ر. (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه فرآیند کارآفرینی سازمانی کارکنان ادارات پست استان مازندران. مجله مدیریت سرمایه اجتماعی، شماره ۳، دوره ۳، صص ۴۱۳-۳۹۱.
- صمدی میارکلائی، ح؛ صمدی میارکلائی، ح و مشازمینی، م. (۱۳۹۴). توسعه کارآفرینی گامی در جهت پیشبرد اهداف اقتصادی و اجتماعی شیلات: تبیین و رتبه‌بندی عوامل محیطی (زمینه‌ای) مؤثر با استفاده از رویکرد دلفی فازی و AHP فازی. مجله علمی شیلات ایران، سال بیست و چهارم، شماره ۳، صص ۱۳۸-۱۲۵.
- عربیون، ا؛ شایع‌ثانی، م و وطن‌خواه، ف. (۱۳۹۵). نقش سرمایه‌ی اجتماعی در ساختار و کارآفرینی سازمانی در بنگاه‌های کوچک و متوسط. چهارمین کنفرانس بین‌المللی
- آقا احمدی، ق؛ عزیزاده، ر و کاووسی، ر. (۱۳۹۵). رابطه بین سرمایه اجتماعی با کارآفرینی سازمانی. پنجمین همایش پژوهش‌های نوین در علوم و فن‌آوری.
- اطه‌ری، ز و لطفوی، م. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی شهرستان کرمانشاه. کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۶، شماره ۳، صص ۶۴-۵۳.
- باب الحوائجی، ف و زمانی راد، ن. (۱۳۹۲). سنجش رابطه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در کتابخانه‌های دانش‌گاهی؛ مطالعه موردی: کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مستقر در شهر تهران. نشریه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، دوره ۲، شماره ۲ (پیاپی ۶)، صص ۷۸-۶۷.
- بادسار، م؛ رضائی، ر و درینی، ر. (۱۳۹۴). بررسی اثر ابعاد سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های خدمات مشاوره، فنی و مهندسی کشاورزی شهرستان‌های جنوب استان کرمان. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۱۱، شماره ۱، صص ۱۶۱-۱۴۵.
- پورکیانی، م و بهرامی نژاد، ز. (۱۳۹۱). نقش و تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان. دانشگاه مازندران. مرکز رشد واحدهای فن‌آوری.
- خراسانی، ا؛ جوان‌بخت، ع و چاوشی، ش. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر آموزش‌های ضمن خدمت بر ابعاد توانمندسازی منابع انسانی. فصلنامه آموزش توسعه منابع انسانی، سال سوم، شماره ۹، صص ۲۰-۱.
- خیراندیش، م و جمشیدی، ح. (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی با میانجی‌گری انگیزش شغلی. مدیریت سرمایه‌ی اجتماعی، دوره ۳، شماره ۱، صص ۶۸-۴۳.
- رضائی، ر و درینی، ر. (۱۳۹۲). بررسی نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد

در اداره کل ورزش و جوانان استان ایلام. پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، سال پنجم، شماره ۱ (۱۷) پیاپی، صص ۳۱-۲۳.

مددی، ح. (۱۳۹۲). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی درون سازمانی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۱۴، صص ۴۹-۳۹.

منتظری، م؛ پسندی پور، ن و علیرضایی، ا. (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط منطقه‌ی ویژه‌ی اقتصادی سیرجان). مجله علمی "مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۳، شماره ۴، صص ۶۰۵-۵۸۳.

نظریان، ز و حدادیان م، ک. (۱۳۹۲). بررسی عامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SMEs) دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری استان گیلان. فصلنامه صنعت و دانشگاه، سال ۶، شماره ۲۱ و ۲۲، صص ۱-۱۶.

پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری. تهران. دانشگاه شهید بهشتی.

عزیزی اصل، ش؛ مرزوقی، ر و جهانی، ج. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین توانمندسازی روان‌شناختی منابع انسانی و چابکی سازمانی در دانشگاه شیراز. فصلنامه پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی، سال اول، شماره ۴، صص ۱۰۷-۱۲۷.

فرزانه، س و طاهری اطاقسرا، ف. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: اداره‌ی آموزش و پرورش شهرستان بابل). فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی ۴، صص ۱۱۱-۱۳۲.

محمدزاده، م؛ امانیان، ا و حسینی، ر. (۱۳۹۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با توسعه کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: ایران خودرو). فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۲۵، صص ۹۰-۶۳.

محمدی، م؛ صیادی، م و سید عامری، م. (۱۳۹۵). تبیین کارآفرینی سازمانی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

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.

Wayet, H., & Richardson, E. (2015). The effects of social capital in entrepreneurship. *Journal of Clinical Psychology*, 58 (3): 307-321.

Bartlett, K. R. (2001). The relationship between training and organizational commitment: A study in the health care field. *Human resource development quarterly*, 1۲(۴), ۳۳۵-۳۵۲.

Castro, I., Galán, J. L. & Bravo, S. (2014). Entrepreneurship and social capital: evidence from a Colombian business incubator. *Innovar*, ۲۴(۱), ۹۱-۱۰۰.