دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی برعملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی با در نظرگرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی (مطالعه موردی: شهرستان سنندج)

داود غلامرضائی[۱] و مریم محمدی[۲]

۱- استادیار مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، (نویسنده مسوول: dgholamrezaei@pnu.ac.ir)
۲- دانش‌آموخته رشته مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۷/۳۰
صفحه: ۴۷ تا ۵۶

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: توسعه تعاونی‌های روستایی و عملکرد کارآفرینانه‌ی آن‌ها، یکی از ضرورت‌های توسعه‌ی روستایی است که در برنامه‌های توسعه‌ی کشور مورد توجه قرارگرفته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد، عملکرد این تعاونی‌ها تحت تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی کارکنان قرار دارد. با این‌حال در سال‌های اخیر، کمتر به سرمایه اجتماعی به‌عنوان زمینه‌ساز ارتباط و مشارکت بهینه افراد و محرک عملکرد کارآفرینانه توجه شده است. از طرفی یکی از مبانی راهبردی افزایش عملکرد کارآفرینانه، تعهد سازمانی است، چراکه اثرگذاری گرایش کارآفرینانه منوط به وجود هویت قوی مبتنی بر مأموریت سازمان و تعهد به اهداف رسمی گزارش شده است. هدف این تحقیق بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی کارکنان بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی با درنظرگرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی است.

مواد و روش‌ها: تحقیق حاضر، از نوع توصیفی همبستگی است. جامعه آماری این مطالعه کارکنان و مدیران تعاونی‌های روستایی شهر سنندج به تعداد ۶۸۰ نفر بوده و حجم نمونه برابر با ۲۴۶ نفر برآورد و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از پرسش نامه‌های استاندارد سرمایه اجتماعی، گرایش کارآفرینانه و تعهد سازمانی جمع‌آوری و با آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شد.

یافته‌ها: تحلیل نتایج تحقیق، نشان‌داد سرمایه اجتماعی، تأثیر مستقیم مثبت و معنی‌دار بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی دارد؛ تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌دار برعملکرد کارآفرینانه تعاونی‌ها دارد و درعین‌حال، در رابطه‌ی بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی، نقش میانجی دارد.

نتیجه‌گیری: سرمایه اجتماعی، حاصل روابط بین کارکنان است و می‌تواند اعتماد، درک متقابل، ارزش‌های مشترک و ارزش‌های رفتاری را توسعه دهد. بنابراین انتظار می‌رود با افزایش سرمایه اجتماعی در تعاونی‌ها، عملکرد کارآفرینانه آن‌ها افزایش پیدا کند. همچنین، کارکنانی که ارتباط اجتماعی مناسبی با همکاران خود دارند و با اهداف سازمان تعامل سازنده‌ای برقرار کرده‌اند، تعهد بیشتری به سازمان و میل به بقا در آن دارند؛ درنتیجه گرایش کارآفرینانه بیشتری را کسب می‌کنند. به‌این ترتیب، پیشنهاد می‌شود فرهنگ حاکم بر سازمان، مشوق و آموزنده چنین روابطی باشد تا از این رهگذر، زمینه‌ساز گسترش تعهد سازمانی و عملکرد کارآفرینانه در تعاونی‌های روستایی شود؛ امنیت شغلی کارکنان از طریق توجه به بیمه افراد آزاد شاغل در تعاونی‌ها افزایش یابد و سطح رضایتمندی شغلی کارکنان نیز از طریق برنامه‌های انگیزشی بهبود داده شود.

واژه‌های کلیدی: تعاونی روستایی، تعهد سازمانی، سرمایه اجتماعی، عملکرد کارآفرینانه

مقدمه

بخش کشاورزی همواره با مشکل وجود واسطه‌ها و تأثیر آن‌ها بر عملکرد و منافع کشاورزان مواجه بوده است. یکی از راه‌کارهای این مساله، تشکیل شرکت‌های تعاونی کشاورزی است که در برنامه‌های توسعه نیز به آن تأکید شده است. مشارکت‌هایی که گروهی از کشاورزان با منافع مشترک و با هدف کمک به یکدیگر در زمینه‌های مختلفی چون تولید، فرآوری، بازاررسانی و فرآیندهای مرتبط با محصولات کشاورزی شکل می‌دهند (۳۳). این تعاونی‌ها به‌عنوان ساختارهای میانجی، بین تولیدکنندگان روستایی و کنشگران فعال در محیط سیاسی، اقتصادی و نهادی آنها عمل می‌کنند (۱). از طرف دیگر، این تعاونی‌ها زمینه مناسبی برای حضور مؤثر زنان در خرده فرهنگ‌های گوناگون فراهم می‌کند؛ جمعیت قابل توجهی که می‌تواند کمک شایانی برای بخش کشاورزی باشد (۲۵).

بررسی‌ها نشان می‌دهد، عملکرد این تعاونی‌ها تحت تأثیر قابلیت‌های مدیریتی، نوسان داشته است. قابلیت‌های کارآفرینانه از جمله این موارد است که نیاز به توجه بیشتر به آن احساس می‌شود؛ چرا که تأثیری معنی‌دار بر عملکرد این تعاونی‌ها داشته‌است (۲). از دید دانشمندان علوم اجتماعی، روابط اجتماعی می‌تواند رابطه‌ی کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها، محدود یا تسهیل کند؛ روابطی که با استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد (۳۴). تحقیقات نشان داده است، در محیط‌های مختلف و بر اساس شرایط، ترکیب‌های گوناگونی از راهبرد، ساختار، فرایند، محیط، گرایش کارآفرینانه و ویژگی صاحبان کسب‌وکار، عملکرد کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار می‌دهند (۳۵،۱۳).

امروزه، کارکردهای اجتماعی به‌عنوان عامل اصلی شناخت و پیگیری فرصت‌های کارآفرینانه مورد توجه هستند. به همین دلیل بسیاری از دولت‌ها بر تحرک اجتماعی، تفکر مستقل و ارزش‌های مادی تأکید دارند، از نظر ماهیت به کارآفرینی تمایل بیشتری دارند و استقلال و پیشگامی را تشویق می‌کنند (۲۰). یکی دیگر از پایه‌های راهبردی در افزایش عملکرد کارآفرینانه، تعهد سازمانی است (۹). در تحقیقات انجام‌شده، موفقیت گرایش کارآفرینانه منوط به هویت‌گیری از مأموریت سازمان و تعهد به اهداف رسمی گزارش شده است (۱۷،۱۲)؛ چرا که افراد متخصص و با مهارت بالا، مادام که نسبت به سازمان، احساس تعلق داشته باشند، تصمیم به ترک سازمان نخواهند گرفت، ایده‌های نوآورانه تولید می‌کنند و به پروژه‌های نوآورانه کمک می‌کنند. همچنین، بخشی از تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه به‌واسطه‌ی تعهد سازمانی تبیین می‌شود. به این

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

ترتیب، بررسی عملکرد تعاونی‌ها مستلزم شناخت نقش میانجی تعهد سازمانی است (۱). براساس الگوی مک کینان[1] (۲۳)، شناخت این عوامل منوط به بررسی همبستگی متغیر وابسته با متغیرهای موجود و تحلیل‌های میانجی است. اگرچه تحقیقات نشان دادند تعهد سازمانی با متغیرهای سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه همبستگی دارد، تحقیق منسجمی از تعهد سازمانی به‌عنوان متغیر واسطه‌ای بین متغیرهای نام برده، یافت نشده و بررسی این نقش واسطه‌ای، ضروری به نظر می‌رسد.

در این تحقیق، تأثیر سرمایه‌های اجتماعی کارکنان بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی با در نظر گرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. براین اساس تلاش شده است نقش مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی و همچنین تأثیر تعهد سازمانی بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی مورد مطالعه قرارگیرد.

پیشینهٔ نظری پژوهش

سرمایه اجتماعی: تماس‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی از نزدیک به مفهوم کلی "سرمایه اجتماعی" مربوط می‌شود. سرمایه اجتماعی، در کنار اصطلاحاتی چون دموکراسی و جامعهٔ مدنی از اصطلاحات پر کاربرد در ادبیات علوم اجتماعی اواخر قرن بیستم به شمار می‌رود. بررسی اخیر در این ارتباط حاکی از آن است که ظرف سه دهه‌ی گذشته یعنی از دهه‌ی ۱۹۸۰ تاکنون بالغ بر۲۵۰۰ مقاله با عنوان سرمایه اجتماعی در بانک اطلاعات[2] به ثبت رسیده‌است (۳۲). سرمایه اجتماعی روشی از برقراری ارتباطات اجتماعی است که برای بهبود و اجرای مناسب مدیریت منابع به کار می‌رود؛ در این تئوری الگوی چگونگی ارتباط بین مشارکت‌کنندگان و نحوهٔ تعامل آن‌ها در قابل اهداف مشخص مدنظر است (۱۹).

سرمایه انسانی به مجموع منابعی گفته می‌شود که در ذات روابط خانوادگی و در سازمان اجتماعی وجود دارد و برای رشد اجتماعی افراد سودمند است (۱۵). از نظر ناهاپیت و گوشال[3] گزاره اصلی سرمایه اجتماعی سازمانی این است که شبکه‌های اجتماعی که در طول زمان توسعه می‌یابند، مبنایی برای اعتماد و همکاری ایجاد می‌کند و شامل منابع بالفعل و بالقوه است که به هدایت روابط اجتماعی کمک می‌کند. براین‌اساس آن‌ها با رویکرد سازمانی جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی را به سه بعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری تقسیم و هر سه بعد را به اجرای فرعی‌تر تفکیک کرده‌اند. بعد شناختی فراهم کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سیستم‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. معیارهای اندازگیری این بعد شامل وجود ارزش‌های مشترک، شناخت و همکاری بر اساس حکایات و معانی مشترک است. بعد عاطفی توصیف کننده روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملات شان برقرار می‌کنند. مهمترین معیارهای اندازه‌گیری این بعد شامل روابط مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل، همکاری به‌عنوان یک الزام، تعهد به اهداف، رجحان منافع سازمانی و عضو یک خانواده مشترک بودن است. همچنین بعد ساختاری اشاره به الگوی کلی تماس‌های افراد دارد؛ یعنی شما به چه کسانی و چگونه دسترسی دارید. مهمترین معیارهای اندازه‌گیری این بعد شامل روابط شخصی گرم و ارتباطات کاری زیاد است (۲۸).

تعهد سازمانی: از مفاهیم مهم مدیریت، به‌ویژه رفتار سازمانی است که محققان زیادی به بررسی آن پرداخته‌اند (۸). تعهد سازمانی از عوامل پنهان ولی مهم و اثرگذار در رفتارهای شغلی کارکنان است (۳)؛ یک حالت روان‌شناختی که بیانگر رابطه کارمند و سازمان و نوعی نگرش و حالت روحی است که نشان‌دهنده میزان تمایل، نیاز و الزام به ادامه اشتغال در سازمان است (۲۶). از آنجا که تعهد سازمانی باوری قوی در پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان، تمایل به تلاش قابل توجه از طرف سازمان و تمایل به رسیدن به عضویت در سازمان در نظر گرفته می‌شود، فرد خود را متعهد می‌داند که اهداف و ارزش‌های سازمان را برای خود شناسایی کند (۲۲). محققان، سه نوع تعهد را شناسایی کرده‌اند که به تعهد سازمانی منجر می‌شود؛ تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر (۱۶). در پژوهش حاضر از این طبقه‌بندی برای تعهد سازمانی استفاده و در ادامه تشریح شده‌است. تعهد عاطفی شامل وابستگی عاطفی کارکنان به تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن در فعالیت‌های سازمانی است. تعهد مستمر عبارت است از تعهد مبنی بر ارزش نهادن به سازمان که کارمند نیز در بقای سازمان سهیم می‌شود. آن‌ها که تعهد مستمر دارند در سازمان می‌مانند، زیرا به آن نیاز دارند. تعهد هنجاری شامل احساسات افراد مبنی بر ضرورت ماندن در سازمان است. آن‌ها که تعهد هنجاری قوی دارند، در سازمان می‌مانند، زیرا احساس می‌کنند که از نظر اخلاقی باید این‌طور باشند (۲۲).

عملکرد کارآفرینانه: امروزه به یکی از مشخصه‌های اصلی تمایز بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه تبدیل شده است. بنابراین کارآفرینی عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری در سازمان‌های امروزی است، به‌گونه‌ای که در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، سازمان‌ها در حال انتقال از حالت بروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی‌اند. کارآفرینی سازمانی برای بقا، رشد، سودآوری و نوسازی در سازمان بسیار حیاتی است. عملکرد کارآفرینانه در یک سازمان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات را شامل می‌شود که توسط افراد در سطوح مختلف انجام شده است و ترکیب تازه‌ای از منابع را برای شناخت و پیگیری فرصت‌ها به‌کار می‌گیرد (۲۴). رایج‌ترین مفهوم برای تحلیل کارآفرینی در سطح سازمان، رویکرد کارآفرینانه اس؛ فرآیندها، اقدامات و تصمیم‌هایی که منجر به ایجاد یک موجودیت جدید می‌شود و دارای چند بُعد اصلی است (۵).

نوآوری: به‌عنوان اولین بعد گرایش کارآفرینانه، اشاره به بازتاب گرایش یک شرکت به درگیر شدن با ایده‌های جدید، آزمایش و فرآیندهای خلاق دارد که می‌تواند به محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدید منتهی شود (۴).

ریسک‌پذیری: به‌عنوان دومین بعد گرایش کارآفرینانه به تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌ها، بدون اتکا به دانش مشخص و کامل راجع به پیامدهای احتمالی اشاره دارد. در شرکت‌های بزرگ، مخاطره‌پذیری می‌تواند منجر به شکل‌گیری واحدهای

1-MacKinnon 2- Social Science Citation Index 3- Nahapiet & Ghoshal

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

مستقل یا نیمه مستقل و جریان‌های جدید شود و سطح آن می‌تواند در طول یک پیوستار وسیع، تغییرکند (۱۱).

پیشگامی: سومین بعد گرایش کارآفرینانه است و به این موضوع اشاره دارد که شرکت، چگونه طرح‌های استراتژیک را به‌وسیله پیش‌بینی و پیگیری فرصت‌های جدید، پیش می‌برد (۶). به‌عبارت دیگر، پیشگامی به تلاش‌های یک شرکت برای پیشی گرفتن از دیگران با استفاده از فناوری‌های جدید و فروش محصولات و خدمات جدید در بازارها دلالت دارد (۲). درنهایت، ویژگی‌های گرایش کارآفرینانه اغلب با هم به کار گرفته می‌شوند تا عملکرد کارآفرینانه یک سازمان را بهبود دهند (۲۱).

علاوه براین، دو ویژگی رقابت پذیری و استقلال که در پژوهش‌های اخیر به‌عنوان ویژگی‌های تاثیرگذار کارآفرینان شناخته می‌شود، به‌عنوان تبیین‌کننده رویکرد کارآفرینانه یک کسب و کار در نظر گرفته می‌شود.

رقابت: ریشه در نیاز به توفیق یا توفیق‌طلبی[1] دارد که نخستین‌بار توسط دیوید مک‌کله‌لند در سال ۱۹۶۳ مورد شناسایی قرار گرفت. نیاز به توفیق به معنی تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی است. افراد با نیاز توفیق بالا مایلند همواره مسئولیت‌های چالش‌برانگیز را بپذیرند و در راه رسیدن به اهداف قابل دسترس نسبت به عملکرد خود بازخورد منظم دریافت کنند. این افراد ترجیح می‌دهند مسئولیت حل مشکلات، تعیین اهداف و دستیابی به آن‌ها را از طریق تلاش شخصی برعهده گیرند و در این راستا مخاطرات معقول و معتدل را می‌پذیرند. همچنین یک میل درونی قوی برای رقابت، اعتلا در برابر استانداردهای خود ساخته و پیگیری اهداف دشوار، آن‌ها را به جلو می‌راند (۵).

استقلال: بیانگر نیاز به مستقل بودن[2] در فعالیت‌ها است. این مفهوم را می‌توان با عباراتی مانند «کنترل داشتن بر سرنوشت خویش» و «کاری را برای خود انجام دادن» تعریف‌کرد. میل به استقلال، یک نیروی انگیزشی برای کارآفرینان معاصر است و سبب می‌شود به اهداف و رؤیاهای خود دست یابند (۵).

پیشینه تجربی: از جمله متغیرهایی که به‌طور مستقیم سبب افزایش عملکرد کارآفرینانه، به‌عنوان متغیر وابسته این مطالعه، گزارش شده، سرمایه اجتماعی است. در نتایج یکی از این مطالعات اشاره شده است سرمایه اجتماعی به‌طور مستقیم موجب افزایش عملکرد کار آفرینانه می‌شود (۳۷).

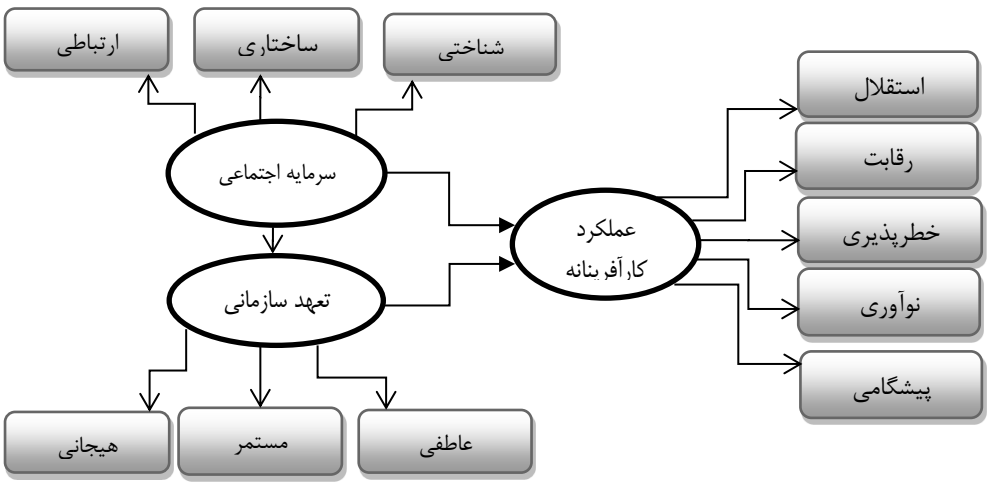
در مطالعه‌ای مشابه گزارش شده که سرمایه اجتماعی در افزایش جهت‌گیری کارآفرینی مؤثر است (۳۱)، همچنین سرمایه اجتماعی از طریق اثرگذاری بر قابلیت‌های پویا سبب افزایش جهت‌گیری کارآفرینی می‌شود.

کفچه و حسینی با مطالعه شرکت‌های صنعتی استان کردستان به این نتیجه رسیدند که، سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (شناختی، ساختاری و ارتباطی) با کارآفرینی همبستگی مثبت و معنی‌دار دارند (۲۹). همچنین برخی از تحقیقات نشان می‌دهد کارآفرینی سازمانی با تعهد سازمانی رابطه علی معنی‌دار دارد (۳۷).

علاوه‌براین، اثر سرمایه اجتماعی بر تعهد سازمانی که در این پژوهش نقش متغیر میانجی را دارد بررسی شده است. از جمله این مطالعات می‌توان به تحقیق کیم (۱۸) اشاره کرد. در این تحقیق، همبستگی مثبت و معنی‌دار بین سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی تایید شد.

امحان و همکاران (۱۰) بیان‌کردند بین سرمایه اجتماعی، تعهد سازمانی و عملکرد، رابطه متقابلی وجود دارد. این نتیجه هم‌چنین در راستای نتیجه تحقیق فروغی و چگینی (۱۴) بوده است. از موارد فوق چنین استنباط می‌شود که عملکرد کارآفرینانه تحت تأثیر سرمایه اجتماعی و تعهد سازمانی است و تعهد سازمانی خود متأثر از سرمایه اجتماعی است. اگرچه متغیرهای متفاوتی می‌توانند در انتقال اثر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه مؤثر باشند (۳۴). بنابراین آگاهی از نقش آن‌ها می‌تواند جنبه‌های مجهول افزایش کارآفرینی تعاونی‌های روستایی را برطرف سازد.

بر این اساس در این تحقیق برای ارزیابی هدف‌های مطرح شده از مدل مفهومی زیر و مبتنی بر پیشینهٔ پژوهش تنظیم استفاده شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual model of research

1- Need for Achievement
2- Need for interdependence

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

مواد و روش‌ها

این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوهٔ گردآوری داده‌ها (طرح تحقیق) یک تحقیق توصیفی همبستگی محسوب می‌شود. جامعهٔ آماری پژوهش شامل همهٔ کارکنان و مدیران تعاونی‌های روستایی شهر سنندج به تعداد ۶۸۰ نفر بوده است که به دلیل بزرگ بودن جامعه و دشواری دسترسی به همه‌ی اعضا، با هماهنگی اداره تعاون سنندج، ۲۴۶ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. با استناد به فرمول تعیین حجم نمونه در پژوهش‌های غیرآزمایشی (توصیفی) که به‌صورت همبستگی انجام می‌شوند، از جدول کرجسی مورگان استفاده شده است. بدین ترتیب، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه مورد نظر ۲۴۶ نفر به‌دست آمد که برای اطمینان از بازگشت پرسشنامه‌ها، ۳۰۰ پرسشنامه توزیع و در نهایت ۲۵۰ پرسشنامه جمع‌آوری‌شد و مبنای تجزیه و تحلیل قرارگرفت. روش جمع‌آوری داده‌ها کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. بررسی مبانی نظری و پیشینهٔ تحقیق، از روش کتابخانه‌ای (کتاب، مقاله، پایگاه‌های معتبر علمی داخلی و خارجی و ...) استفاده شده و داده‌های اصلی نیز از طریق پرسشنامه به‌دست آمده است. بدین ترتیب برای سنجش سه متغیر اصلی تحقیق: سرمایه اجتماعی، گرایش کارآفرینانه و تعهد سازمانی، به‌ترتیب از پرسشنامهٔ ناهاپیت وگوشال (۲۸)، پرسشنامه هاگس و مورگان (۷) و پرسشنامه آلن و می‌یر (۲۶) مبتنی بر طیف لیکرت (پنج گزینه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد) استفاده شده و مبنای جمع آوری داده و تحلیل قرار گرفته است.

روایی: برای اطمینان از روایی صوری و محتوایی متغیرهای پژوهش، ضمن استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد و معتب معمول در مطالعات علمی پژوهشی داخلی و خارجی، روایی‌سنجی بر اساس نظر اساتید متخصص و کارشناسان خبره انجام شده است.

پایایی: برای سنجش پایایی پرسشنامه‌ها ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقادیر آلفای کرونباخ به‌دست آمده برای هر متغیر (بالاتر از ۰/۷) در جدول ۱ نشان می‌دهد که پرسشنامه دارای پایایی قابل قبولی است. در ادامه شاخص‌های آمار توصیفی، وضعیت موجود نمونه‌ی آماری را در متغیرهای مختلف نشان می‌دهد.

جدول ۱- نتایج آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

Table 1. Cranach's alpha results

متغیر	آلفای کرونباخ	میانگین	انحراف معیار
سرمایه‌اجتماعی	۰/۸۷۴	۴/۱۲۶	۰/۵۳۰
تعهد سازمانی	۰/۹۰۱	۳/۱۴۶	۰/۴۲۰
عملکرد کارآفرینانه	۰/۸۶۲	۳/۷۰۱	۰/۵۸۲

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، مدل‌یابی معادلات ساختاری کوواریانس محور بوده و از نرم افزارهای «اس‌پی‌اس‌اس» و «لیزرل» در دو بخش توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در ادامه متغیرهای اصلی پژوهش با استفاده از مهم‌ترین شاخص‌های آمار توصیفی (گرایش مرکزی، پراکندگی و شکل توزیع) توصیف شده‌اند.

نتایج و بحث

برخی از داده‌های توصیف کننده پاسخگویان به شرح زیر بوده‌است:

جدول ۲- توصیف نمونه آماری کارکنان بر حسب تحصیلات

Table 2. Descriptive results of respondent's education

تحصیلات	فراوانی	درصد
دیپلم	۹	۳,۶
فوق‌دیپلم	۲۷	۱۰,۸
لیسانس	۱۷۶	۷۰,۴
فوق‌لیسانس	۳۷	۱۴,۸
دکتری	۱	.۴
کل	۲۵۰	۱۰۰

جدول ۳- توصیف پاسخگویان بر حسب سن

Table 3. Descriptive results of respondents

سن	فراوانی	درصد
۲۰-۲۵ سال	۹	۳/۶
۲۵-۳۰ سال	۲۰	۸
۳۰-۳۵ سال	۳۷	۱۴/۸
۳۵-۴۰ سال	۵۵	۲۲
۴۰-۴۵ سال	۵۴	۲۱,۶
۴۵-۵۰ سال	۴۸	۱۹,۲
۵۰-۵۵ سال	۱۴	۵/۶
بالاتر از ۵۵ سال	۱۳	۵/۲
کل	۲۵۰	۱۰۰

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

جدول ۴- توصیف متغیر سرمایه اجتماعی

Table 4. Descriptive results of social capital

متغیر	شاخص			
	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
سرمایه اجتماعی (SAR)	۴/۱۲۶	۰/۵۳۰	-۰/۳۹۸	۰/۲۸۰
ساختاری (SAK)	۴/۱۲۸	۰/۵۴۸	-۰/۴۲۷	۰/۰۷۴
شناختی (SHE)	۴/۱۷۴	۰/۵۵۸	-۰/۵۰۷	۰/۴۱۱
ارتباطی (ERT)	۴/۰۸۹	۰/۵۵۹	-۰/۴۱۱	۰/۰۹۸

به این ترتیب، میانگین اندازه متغیر سرمایه اجتماعی و خرده مقیاس‌های آن در نمونه آماری پژوهش بالاتر از میانگین (عدد ۳)[1] است. به عبارت دیگر پاسخگویان وضعیت متغیرها را بالاتر از حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. همچنین با توجه به مقدار شاخص انحراف معیار، پراکندگی داده‌ها از شاخص میانگین در حد متوسط برآورد می‌شود. مقدار منفی شاخص چولگی نیز بیانگر تمایل نمره به سمت مقادیر بالاتر از میانگین و مقدار مثبت شکل توزیع بیانگر برآمدگی داده‌ها است، در نهایت اینکه با توجه به شاخص‌های شکل توزیع می‌توان گفت توزیع داده‌های این متغیر یعنی سرمایه اجتماعی و خرده مقیاس‌های آن به سمت توزیع نرمال تمایل‌دارند.

جدول ۵- توصیف متغیر تعهد سازمانی

Table 5. Descriptive results of organizational commitment

متغیر	شاخص			
	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی
تعهد سازمانی (TAH)	۳/۱۴۶	۰/۴۲۰	۰/۷۰۰	۱/۵۹۸
عاطفی (ATF)	۳/۱۹۵	۰/۴۷۱	۰/۴۳۷	۱/۴۹۲
مستمر (MOS)	۳/۰۱۷	۰/۶۲۷	۰/۰۵۷	-۰/۰۵۴
هنجاری (HAN)	۳/۲۰۸	۰/۴۹۵	۰/۰۸۳	۱/۰۶۰

بر اساس داده‌های جدول توصیفی فوق مشخص است که میانگین متغیر تعهد سازمانی و خرده‌مقیاس‌های آن بر اساس نظر نمونه آماری پژوهش بالاتر از میانگین فرضی (۳) و بالاتر از حد متوسط ارزیابی شده‌است. با توجه به مقدار شاخص انحراف‌معیار، پراکندگی داده‌ها از شاخص میانگین درحد متوسط برآورد می‌شود. مقدار مثبت شاخص چولگی بیانگر تمایل نمره به‌سمت مقادیر پایین‌تر از میانگین و مقدار مثبت شکل توزیع بیانگر برآمدگی داده‌ها است، در نهایت اینکه با توجه به شاخص‌های شکل توزیع می‌توان گفت توزیع داده‌های این متغیر یعنی تعهد سازمانی و خرده مقیاس‌های آن به سمت توزیع نرمال تمایل دارند.

جدول ۶- توصیف متغیر عملکرد کارآفرینانه

Table 6. Descriptive results of entrepreneurial performance variable

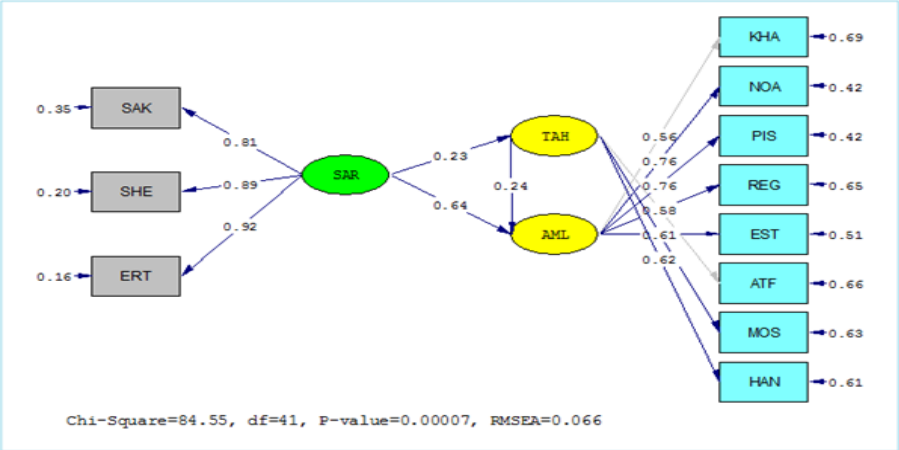
متغیر	شاخص			
	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی
عملکرد کارآفرینانه (AML)	۳/۷۰۱	۰/۵۸۲	-۰/۱۲۵	-۰/۱۷۰
نوآوری (NOA)	۳/۵۲۰	۰/۷۶۳	-۰/۱۰۲	-۰/۲۵۱
خطرپذیری (KHA)	۷/۰۰۴	۰/۶۹۸	-۰/۳۹۴	-۰/۲۹۸
پیشگامی (PIS)	۳/۸۱۵	۰/۷۹۲	-۰/۴۴۸	-۰/۳۷۰
رقابت تهاجمی (REG)	۳/۲۶۵	۰/۸۷۹	۰/۱۷۶	-۰/۶۱۸
استقلال (EST)	۳/۸۰۰	۰/۷۲۴	-۰/۹۳۴	۲/۸۰۸

بر اساس جدول فوق می‌توان گفت، میانگین متغیر عملکرد کارآفرینانه و خرده مقیاس‌های آن در نمونه آماری پژوهش بالاتر از میانگین (۳) است و نمونه آماری عامل‌های نام‌برده را بالاتر از حد متوسط ارزیابی‌کرده‌اند. همچنین باتوجه به مقدار شاخص انحراف معیار پراکندگی داده‌ها از شاخص میانگین در حد متوسط برآورد می‌شود. مقدار منفی شاخص چولگی بیانگر تمایل نمره به‌سمت مقادیر بالاتر از میانگین و مقدار منفی شکل توزیع بیانگر مسطح بودن داده‌ها است، در نهایت اینکه با توجه به شاخص‌های شکل توزیع می‌توان‌گفت توزیع داده‌های این متغیر یعنی عملکرد کارآفرینانه و خرده مقیاس‌های آن به سمت توزیع نرمال تمایل دارند.

در بخش نتایج آمار استنباطی، با توجه به فرضیه‌های پژوهش و پیش فرض‌های مربوط به ضرایب و آزمون‌های آماری، جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری کواریانس محور استفاده شد.

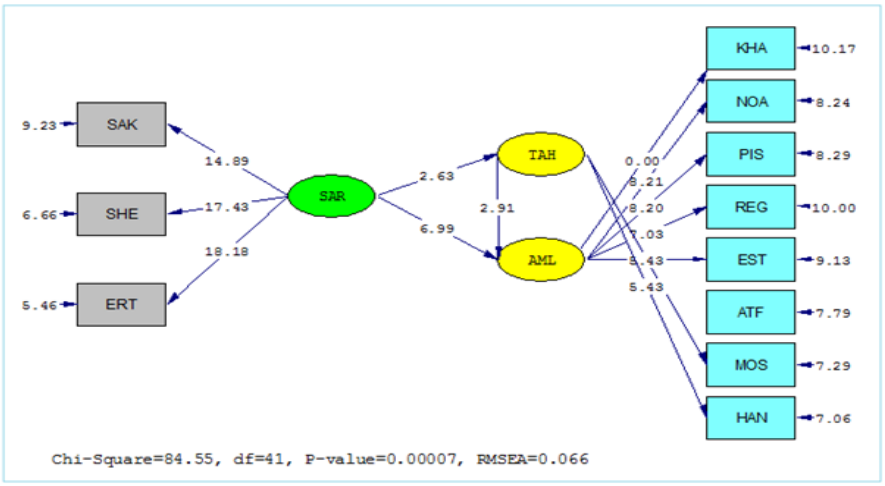
۱- مبنای محاسبه میانگین فرضی یاحدمتوسط ، طیف سنجش این متغیر در پژوهش حاضر است (۱ تا ۵)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]



شکل ۲- مدل معادلات ساختاری در حالت استاندارد
Figure 2. Standard coefficient of structural equation model

با توجه به ضرایب معنی‌داری در شکل ۳، از آنجا که برای تأیید فرضیه‌ها مقدار t باید بیشتر از ۱/۹۶ یا کمتر از ۱/۹۶- باشد، مقدار پارامتر بین دو دامنه در الگو مهم شمرده نمی‌شود. همچنین مقادیر بین این دو مقدار، حاکی از عدم وجود تفاوت معنی‌دار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵ درصد است.



شکل ۳- مدل معادلات ساختاری در حالت معنی‌داری
Figure 3. Significance of structural equation model

دامنه مطلوب شاخص‌های ارزیابی مدل ساختاری در جدول ۷ در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده، توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند.

جدول ۷- ارزیابی مدل ساختاری
Table 7. Structural model appraisal

ردیف	شاخص		مقدار	مقدار مطلوب	وضعیت
	معادل فارسی	معادل			
۱	ریشه میانگین مربعات باقیمانده		۰/۰۵۷	کمتر از ۰/۰۵	مطلوب
۲	شاخص برازش هنجار شده	RMR	۰/۹۵	بزرگتر از ۰/۹	مطلوب
۳	شاخص برازش افزایشی	NFI IFI	۰/۹۷	بزرگتر از ۰/۹	مطلوب
۴	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۷	بزرگتر از ۰/۹	مطلوب
۵	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۶۶	کمتر از ۰/۰۸	مطلوب
۶	خی دو بهنجار شده	X2/DF	۲/۰۶۲	۱- ۳	مطلوب

با استناد به نتایج جدول ۳ که حاصل آزمون سوبل است، اثر غیرمستقیم متغیر سرمایه اجتماعی بر متغیر عملکرد کارآفرینانه به‌لحاظ آماری معنی‌دار است ($p\leq$۰/۰۵). به این ترتیب، فرضیه تأثیر سرمایه اجتماعی کارکنان بر عملکرد

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی شهر سنندج با در نظرگرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی، تأیید می‌شود. به‌عبارت دیگر با توجه به مقادیر ضریب تأثیر مربوط به اثر غیرمستقیم این متغیرها بر عملکرد کارآفرینانه می‌توان گفت نقش میانجی متغیر تعهد سازمانی در رابطه بین متغیرهای سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه، مثبت و ضعیف برآورد می‌شود. علاوه‌بر این، اثر مستقیم سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه مثبت و معنی‌دار بوده است.

جدول ۸- اثرات مستقیم و غیرمستقیم

Table 8. Direct and indirect effects

متغیر پنهان	تعهد سازمانی		عملکرد کارآفرینانه		
	اثرمستقیم	اثرکل	اثرمستقیم	اثرغیرمستقیم	اثرکل
سرمایه اجتماعی	۰/۲۳	۰/۲۳	۰/۶۴	۰/۰۵۴	۰/۶۹
تعهد سازمانی	-	–	۰/۲۴	–	۰/۲۴

این تحقیق با هدف تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی با در نظر گرفتن نقش میانجی تعهد سازمانی انجام شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق نشان داد سرمایه اجتماعی به‌طور مستقیم تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی دارد. بر این اساس احتمال اینکه با افزایش نمره سرمایه اجتماعی در تعاونی‌ها، عملکرد کارآفرینانه آن‌ها افزایش پیدا کند، وجود دارد. این نتیجه هم‌راستا با نتایج بسیاری از تحقیقات از جمله ژو (۳۷) و کفچه و حسینی (۲۹) بوده است. پتریو و داسکالوپولو معتقدند که سرمایهٔ اجتماعی از طریق ارتقاء انسجام و همکاری گروهی و شخصیت بخشیدن به گروه سبب بهبود رفتارهای شهروندی سازمانی و همدلی میان اعضا می‌شود و از این رهگذر بر رشد عملکرد نوآورانه اعضای تیم مؤثر خواهد بود (۳۰). در واقع، سرمایه اجتماعی در میان اعضای سازمان‌های با ساختار منعطف که در محیط‌های پویا همانند تعاونی‌های روستایی فعالند، سبب بهبود ارتباطات مبتنی بر اعتماد می‌شود. این امر به نوبه‌ی خود میزان تماس‌ها و نقاط مشترک افراد را بهبود می‌دهد و به متغیری تأثیرگذار بر رشد عملکرد نوآورانه و رقابتی در این سازمان تبدیل می‌شود. اعضای سازمانی که از سرمایه اجتماعی قدرتمند برخوردار است، دارای اهداف مشترک، هویت و هنجارهای مشخص و فرهنگ قوی سازمانی هستند و الزامات نقش، به خوبی برای ایشان آشکار است. مشخص است که این مؤلفه‌ها نیز سبب بهبود عملکرد سازمانی و ارتقای نوآوری و خلق مزیت رقابتی می‌شود. یافته‌های این بخش نیز هم‌راستا با مطالعات قبلی است.

همچنین، نتایج نشان داد تعهد سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری برعملکرد کارآفرینانه تعاونی‌ها دارد. این نتیجه با نتایج مطالعات زهیر و همکاران (۳۶) و ماکیدو (۲۲) هم‌راستا است. بر این اساس تعهد را می‌توان به‌عنوان یکی از پایه‌های ارتباطات راهبردی درکسب و کار کارآفرینانه قلمداد کرد.

به اعتقاد کوین (۷) نقش تعهد در فعالیت‌های کارآفرینانه حیاتی است. مورفی و کالاوی (۲۷) بر این باورند که تعهد می‌تواند باعث پشتکار بیشتر و عملکرد بهتر در مشارکت‌های کارآفرینانه شود. می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که رهبران و مدیرانی که از تعهد سازمانی به‌خوبی بهره می‌برند، می‌توانند میل به کارآفرینی را در کارکنان خود تقویت کنند. علاوه براین، مشخص شد که تعهد سازمانی در رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی نقش میانجی معنی‌دار دارد و بخشی از اثر متغیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی به واسطه‌ی تعهد سازمانی بوده است. از این‌رو، کارکنانی که در تعاونی‌های روستایی ارتباطات اجتماعی مناسبی با دیگر همکاران خود دارند و با اهداف سازمان تعامل سازنده‌ای برقرار کرده‌اند، تعهد بیشتری نسبت به اهداف سازمان و میل به ماندن در آن دارند؛ به این ترتیب گرایش کارآفرینانه بیشتری کسب می‌کنند.

سرمایه اجتماعی، حاصل روابط روزانه کارکنان است و این روابط، اعتماد، درک متقابل، ارزش‌های مشترک و ارزش‌های رفتاری را در منبعی به نام سرمایه اجتماعی ذخیره می‌کند؛ بر این اساس بایستی فرهنگی بر سازمان حاکم باشد که مشوق و آموزنده باشد تا از این رهگذر زمینه‌ساز گسترش تعهد سازمانی و عملکرد کارآفرینانه در تعاونی‌های روستایی شود.

چنانچه مدیران تعاونی‌ها تلاش کنند جوَ سازمان، باز و انعطاف‌پذیر باشد، زمینه بروز تعهد بیشتر کارکنان به سازمان فراهم خواهد شد. همچنین توانمندسازی کارکنان از طریق اجرای برنامه‌های آموزشی موردنیاز می‌تواند تاثیر زیادی بر افزایش تعهد سازمانی کارکنان و درنتیجه عملکرد کارآفرینانه داشته باشد.

با توجه به بررسی‌های انجام شده و نتایج تحقیق می‌توان گفت، افزایش امنیت شغلی کارکنان از طریق توجه به بیمه نیروهای آزاد شاغل در تعاونی‌ها، افزایش سطح رضایتمندی شغلی کارکنان از طریق برنامه‌های انگیزشی، تشویق کارکنان به خلاقیت و تفکر در انجام فعالیت‌ها و عدالت در پرداخت می‌تواند به سرمایه اجتماعی بیشتر و تعهد سازمانی قوی‌تر منجر شود. همچنین با توجه به نتایج جمیعت شناختی تحقیق، پیشنهاد می‌شود توجه بیشتری به استخدام و به‌کارگیری جوانان در تعاونی‌ها شود؛ چرا که باعث پویایی و عملکرد کارآفرینانه تعاونی‌های روستایی خواهد بود.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

منابع

1. Amirnejad, H., F. Mazrae and R. Zahedian Tajanki. 2018. Investigating the Factors Affecting the Financial Success of Agricultural Enterprises (Case Study of Agricultural Cooperatives in selected cities). Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture, 5(10): 20-26 (In Persian).
2. Bahmani A. and F. aslani. 2021. Investigating the Effect of Entrepreneurial Orientation on Entrepreneurial Intention of Small and Medium Agricultural Businesses: The Mediating Role of Psychological Capital (Case Study: Paddy Farmers in Noor City), 8 (16): 78-85 (In Persian)
3. Bienstock, C.C., C.W. DeMoranville and R.K. Smith. 2003. Organizational citizenship behavior and service quality. Journal of Services Marketing, 17(4): 357-378.
4. Certo, S. T., Moss, T. W. and J.C. Short. 2009. Entrepreneurial orientation: An applied perspective. Business Horizons, 52(4): 319-324.
5. Chandler, G.N. and D.W. Lyon. 2001. Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: The past decade. Entrepreneurship: Theory and Practice, 25(4): 101-114.
6. Chang, S.C., R.J. Lin, F.J. Chang and R.H. Chen. 2007. Achieving manufacturing flexibility through entrepreneurial orientation. Industrial Management & Data Systems, 107(7): 997-1017.
7. Covin, J.G., K.M. Green and D.P. Slevin. 2006. Strategic process effects on the entrepreneurial orientation–sales growth rate relationship. Entrepreneurship Theory and Practice, 30(1): 57-81.
8. Dawley, D.D., R.D. Stephens and D.B. Stephens. 2005. Dimensionality of organizational commitment in volunteer workers: Chamber of commerce board members and role fulfillment. Journal of Vocational Behavior, 67(3): 511-525.
9. De Clercq, D., D. Dimov and N.T. Thongpapanl. 2010. The moderating impact of internal social exchange processes on the entrepreneurial orientation–performance relationship. Journal of Business Venturing, 25(1): 87-103.
10. Emhan, A., Tongur, A., and I. Turkoglu. 2016. An Analysis of the Social Capital, Organizational Commitment and Performance in the Public Sector of Southeastern Turkey. Transylvanian Review of Administrative Sciences, 12(47): 49-62.
11. Farsi, J.Y., A. Rezazadeh, and A.D. Najmabadi. 2013. Social capital and organizational innovation: The mediating effect of entrepreneurial orientation. Journal of Community Positive Practices, 13(2): 22-40 (In Persian).
12. Ferreira, J. 2001. Corporate entrepreneurship: a strategic and structural perspective. New England Journal of Entrepreneurship, 4(2): 59-70.
13. Fogel, G. 2001. An analysis of entrepreneurial environment and enterprise development in Hungary. Journal of Small Business Management, 39(1): 103-109.
14. Foroughi, N. and M.G. Chegini. 2016. Influences of organizational investments in social capital on Iran Insurance's employee commitment and performance. Journal of Current Research in Science, 1(4): 17-32 (In Persian).
15. Fukuyama, F. 2001. Social capital, civil society and development. Third World Quarterly, 22(1): 7-20.
16. Handlon, R.L. 2009. The departure of the insurance agent: The impact organizational commitment, organizational justice, and job satisfaction have on intent to leave in the insurance industry (Doctoral dissertation, Capella University).
17. Hashemi, S.M.K., H.K. Nadi, S.M. Hosseini and A. Rezvanfar. 2012. Explaining agricultural personnel's intrapreneurial behavior: the mediating effects of job satisfaction and organizational commitment. International Journal of Business and Social Science, 3(6): 299-308 (In Persian).
18. Kim, S.G. and Y.S. Seo. 2016. Mediating effect of social capital between transformational leadership and organizational commitment of nurses in hospitals. Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society, 17(2): 282-289.
19. Kawachi, I., S.V. Subramanian and K. Daniel. 2008. Social Capital and Health. Springer New York, NY, 63-81.
20. Lee, S.M. and S.J. Peterson. 2000. Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. Journal of World Business, 35(4): 401-416.
21. Li, Y.H., J.W. Huang and M.T. Tsai. 2009. Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. Industrial Marketing Management, 38(4): 440-449.
22. Macedo, I.M., J.C. Pinho and A.M. Silva. 2016. Revisiting the link between mission statements and organizational performance in the non-profit sector: The mediating effect of organizational commitment. European Management Journal, 34(1): 36-46.
23. MacKinnon, D.P. 2008. Introduction to statistical mediation analysis. Routledge.
24. Mair, J. and I. Marti. 2006. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. Journal of World Business, 41(1): 36-44.
25. Masoomi, E. and K. Rezaei-Moghaddam. 2021. Factors Affecting Entrepreneurial Opportunity Exploitation in Iran Agriculture Sector. Jea, 8(16): 13-23 (In Persian).
26. Meyer, P.J. and J.N. Allen. 1997. Commitment in the workplace: Theory, research, and Application. Thousand Oaks, CA: Sage.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

27. Murphy, G.B. and S.K. Callaway. 2004. Doing well and happy about it? Explaining variance in entrepreneurs' stated satisfaction with performance. New England Journal of Entrepreneurship, 7(2): 15-26.
28. Nahapiet, J. and S. Ghoshal. 1998. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. Academy of Management Review, 23(2): 242-266.
29. ParvizKafcheh, P. and F. Hosseini, 2015.Relationship between social capital and entrepreneurship in the developing countries (a case study, Kurdistan province of Iran). ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives, 4(1): 72-78 (In Persian).
30. Petrou, A. and I. Daskalopoulou. 2013. Social capital and innovation in the services sector. European Journal of Innovation Management, 16(1): 50-69.
31. Rodrigo-Alarcón, J., P.M. García-Villaverde, M.J. Ruiz-Ortega, and G. Parra-Requena. 2018. From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities. European Management Journal, 36(2): 195-209
32. Semih, I. 2011. Social capital of social capital researchers. Review of Economics and Institutions, 2(2): 1-28
33. Tahmasbi Roshan, N., A. Morovati Sharif Abadi, S.H. Mirghafoori and S.H. Fakhreddini. 2019. Role of Sustainable Supply Chain Management Dimensions on Sustainability of Mazandaran Province Agricultural Cooperatives. Co-Operation and Agriculture (Taavon), 8(29): 1-33 (In Persian).
34. Taslimi, S., A. Monavvarian and M. Ashena. 2007. Survey of the relationship between social capital and inter-organizational entrepreneurship. Organizational Culture Management, 4(4): 27-56 (In Persian).
35. Wiklund, J. and D. Shepherd. 2005. Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. Journal of Business Venturing, 20(1): 71-91.
36. Zehir, C., B. Müceldili, and S. Zehir. 2012. The impact of corporate entrepreneurship on organizational citizenship behavior and organizational commitment: Evidence from Turkey SMEs. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 58: 924-933.
37. Zhou, G.Y. 2017. A Study on the Relationship between Social Capital and Enterprise Performance in the Cultural and Performing Arts Industry: The Mediating Role of Business Model. DEStech Transactions on Computer Science and Engineering, (itme).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]

Study of the Effect of the Employees Social Capital on the Entrepreneurial Performance of Rural Cooperatives Regarding the Mediating Role of Employees Organizational Commitment

Davoud Gholamrezaei[1] and Maryam Mohammadi[2]

1- Assistant Professor of Management, Department of Management, PAYAM-e-NOOR University, Tehran, IRAN, (Corresponding author: dgholamrezaei@pnu.ac.ir)
2- Master in Human Resource Management, Department of Management, PAYAM-e-NOOR University, Tehran, IRAN
Received: 30 April, 2022 Accepted: 22 October, 2022

Extended Abstract

Introduction and Objective: according to Iran development plans, rural cooperatives development and entrepreneurial performance is a necessity for rural development. Studies show their performance is influenced by employee`s social capital. Nevertheless, there has been little investigation of the social capital as a basis for people participation and a driver of entrepreneurial performance. On the other hand, organizational commitment is one of the basic strategic factors of entrepreneurial performance on which the entrepreneurial orientation will success due to existence of organizational identity. The purpose of this study is to investigate the effect of employees' social capital on the entrepreneurial performance of Rural Cooperatives through organizational commitment.

Material and Methods: The type of research is descriptive-correlation. The statistical society of this study was composed of employees and managers of Rural Cooperatives of Sanandaj which was 680. The sample size was estimated to 246 people which their data was randomly gathered using standard questionnaires of social capital, entrepreneurial orientation, and organizational commitment. Finally, results are analyzed with structural equation modeling.

Results: The Findings indicated that social capital of employees has a positive and significant effect on the entrepreneurial performance of Rural Cooperatives. Also result showed that organizational commitment has a positive and significant effect on cooperatives entrepreneurial performance as well as a mediating role in the relationship between social capital and entrepreneurial performance.

Conclusion: social capital is rooted in the employee`s daily relationship on which trust and shared values would be developed. So it is expected that their entrepreneurial performance improves due to employee's social capital increase. Also employees that have a good social relationship with their colleagues as well as organizational goals are expected to have more organizational commitment and entrepreneurial orientation. So it is suggested to have an enforcing organizational culture to foster such relationships on which the employee`s commitment and entrepreneurial performance of rural cooperatives developed, to advance job security of free workers through insurance options and to enhance employee job satisfaction through motivation plans.

Keywords: Entrepreneurial performance, Organizational commitment, Rural Cooperatives Social capital

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-07]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.5.5]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.47]