



دانشگاه گوارا، دانش و توسعه

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هشتم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۰

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

صفحات: ۳۲-۱۷

DOI: 10.22069/JEAD.2021.19410.1520

مقاله کامل علمی-پژوهشی

## بررسی اثر تعدیل‌گری مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در رابطه‌ی بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه

حامد نظری دارخوری<sup>۱</sup>، فرحناز رستمی<sup>۲\*</sup>، نعمت اله شیری<sup>۳</sup>، مژگان خوش‌مرام<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد رشته ترویج و آموزش کشاورزی پایدار- نوآوری و کارآفرینی کشاورزی

<sup>۲</sup>استادیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

<sup>۳</sup>استادیار، گروه کارآفرینی و توسعه روستایی، دانشگاه ایلام

<sup>۴</sup>دکتری ترویج و آموزش کشاورزی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۶؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۲۲

### چکیده

امروزه با افزایش تغییرات محیطی و فضای کسب و کار، شدت رقابت بین سازمان‌ها افزایش یافته است. کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا در برابر چالش‌ها مقاومت کرده و پیچیدگی‌ها را مدیریت کنند. در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی نقش تعدیل‌گری مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در رابطه بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه پرداخته است. جامعه آماری تحقیق شامل همه مدیران تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند ( $N=176$ )، که با استفاده از جدول بارتلت و همکاران، ۱۱۰ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسشنامه استاندارد بود که روایی آن با استفاده از روایی صوری و همگرا و پایایی آن با استفاده از روش پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بررسی شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SmartPLS<sub>3</sub> و SPSS<sub>25</sub> استفاده شد. نتایج نشان داد که مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه (راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، فرهنگ رشد، فلسفه پاداش و ساختار مدیریت)، رابطه بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی را در بین تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه تعدیل می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در بین شرکت‌های کشاورزی که رویکرد مدیریت کارآفرینانه دارند بیشتر از شرکت‌هایی است که رویکرد مدیریت سنتی دارند. با توجه به نتایج پیشنهاد می‌شود که مدیران شرکت‌های تعاونی کشاورزی در جهت توسعه کارآفرینی سازمانی اقدامات و تمهیدات آموزشی لازم در راستای افزایش روحیه کارآفرینی و تقویت انگیزه اعضا را فراهم نمایند.

**واژه‌های کلیدی:** ظرفیت جذب، کارآفرینی سازمانی، مدیریت کارآفرینانه، تعاونی‌های کشاورزی.

\*نویسنده مسئول: fr304@yahoo.com

## مقدمه

امروزه اهمیت شرکت‌های نوآور و کارآفرین به اندازه‌ای است که موتور رشد اقتصادی در توسعه اقتصادی کشورها شناخته می‌شوند. بر این اساس، در سال‌های اخیر در ایران به شناسایی عوامل زمینه‌ساز نوآوری در شرکت‌ها توجه زیادی شده است (نصرافهانی و همکاران، ۱۳۹۵). از این رو توجه به شرکت‌های نوآور و کارآفرین به حدی حائز اهمیت است که آن را به عنوان راهکاری جایگزین با درآمدهای مبتنی بر نفت کشور می‌دانند (Knockaert et al., 2015). متأسفانه در سال‌های اخیر نیز با وجود تزریق منابع مالی، کارآفرینی هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را در اقتصاد کشور پیدا کند، چرا که در بحث کارآفرینی سازمانی با مشکلات متعددی روبرو بوده‌اند. بنابراین، عدم توجه به کارآفرینی سازمانی باعث دور شدن اعضا از خلاقیت و نوآوری می‌گردد؛ از این رو، امروزه در بسیاری از سازمان‌های داخلی شاهد تمایل به اشتغال در امور جاری، فرار از تغییر و حرکت نوآورانه هستیم. از طرفی، با وجود اهمیت کارآفرینی سازمانی و حرکت فزاینده بنگاه‌ها و سازمان‌های مختلف به سمت توسعه آن، به دلیل تعدد متغیرهای تأثیرگذار، توسعه این شکل از کارآفرینی فرآیند تقریباً دشوار و پیچیده‌ای است و در عمل با موانع گوناگونی در ابعاد مختلف مواجه می‌باشد (رضایی، ۱۳۹۳).

کارآفرینی سازمانی به مجموعه نوآوری‌های یک شرکت، سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های تجدید استراتژی اشاره می‌کند (Wei et al., 2015). کارآفرینی سازمانی، اغلب در نتیجه‌ی کنار هم قرار دادن پیکره‌ی مختلف دانش اتفاق می‌افتد. یک روش برای تسهیل این مجاورت، از طریق نوع متبخر ساختارهای سازمان است که تمایز و ادغام را ترکیب می‌کند. روش دیگر، از طریق قابلیت‌هایی است که به یک شرکت کمک

می‌کند تا پیکره‌های مختلف دانش را به دست آورد و ترکیب کند (Bojica, et al., 2017). ظرفیت جذب به عنوان یک مفهوم کلان اقتصادی، به حوزه نظریه‌های سازمانی وارد شد و به عنوان توانایی یک سازمان جهت تشخیص ارزش اطلاعات جدید از منابع بیرونی، شبیه‌سازی و به کارگیری آن برای اهداف کسب‌وکار در نظر گرفته شد. از این رو، ظرفیت جذب دانش به‌عنوان یک مجموعه از فرآیندها و روندهای سازمانی شناخته می‌شود که طی آن سازمان، دانش را کسب، شبیه‌سازی، انتقال و استخراج می‌کند تا قابلیت‌های پویایی در خود ایجاد کند که به خلق و بهره‌گیری از دانش مرتبط است و توانایی سازمان را برای دستیابی و حفظ مزیت رقابتی افزایش می‌دهد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲). با این وجود رابطه کارآفرینی و ظرفیت جذب شرکت فاقد حمایت تجربی کافی است. بنابراین، ظرفیت جذب به عنوان یک مجموعه از فرآیندها و روندهای سازمانی می‌دانند که طی آن سازمان، دانش را کسب، شبیه‌سازی، انتقال و استخراج می‌کند تا قابلیت‌های پویایی که به خلق و بهره‌گیری از دانش مرتبط است را در خود ایجاد کند و توانایی سازمان را برای دستیابی و حفظ مزیت رقابتی افزایش می‌دهد (Lewin et al., 2011). از این رو، توانایی ساختارها و قابلیت‌های ظرفیت جذب برای ارائه‌ی نتایج مؤثر در ارکان سازمانی مانند ساختارهای سازمانی و فلسفه‌های پاداش محتمل است. علی‌رغم این، هنوز واضح نیست که چنین شیوه‌های سازمانی چگونه اثربخشی جریان‌ات را شکل می‌دهند. این امر به ویژه، با توجه به کارآفرینی سازمانی، یک مسئله است (Mazzei et al., 2017).

در این راستا، مدیریت کارآفرینی، یک مجموعه از شیوه‌های مدیریت است که می‌تواند رفتار سازمانی را به سمت نتایج کارآفرینی هدایت کند. مدیریت کارآفرینی، مبتنی بر فرصت است و با فرصت‌های در

فرآیندهای جدید و نظام‌های نوین سازمانی است (کرباسی و همکاران، ۱۳۸۱). هدف اصلی کارآفرینی سازمانی، ایجاد پویایی ساختار و نیز فرهنگ سازمانی رقابتی و منعطف جهت روبرو شدن با بازارهای رقابتی و پویا است (Ergün et al., 2004).

### ب) ظرفیت جذب

ظرفیت جذب به عنوان قابلیت ذاتی سازمان، آن را به عنوان فرآیندهای کاری به حساب می‌آورد که شرکت برای تعیین، شبیه‌سازی، تبدیل و به‌کارگیری دانش خارجی به‌کار گرفته است. قابلیت پویا به‌طور ضمنی به ظرفیت سازمان برای خلق، توسعه و اصلاح پایگاه منابع اشاره می‌کند. قابلیت پویا از قابلیت ذاتی متمایز است و به توانایی برای تغییر و بازسازی قابلیت‌های ذاتی موجود برمی‌گردد. مفهوم قابلیت پویا برای ظرفیت جذب سازمان، توانایی آن برای بازسازی قابلیت‌های متداول موجود است. مفهوم ظرفیت جذب دارای فرضیات، ابعاد و شرایط محدود خاص است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۲). در پژوهشی Magdolen et al. (۲۰۱۱) در مورد ظرفیت جذب دانش با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی بدین نتیجه رسیدند که برای ظرفیت جذب می‌توان چهار بعد در نظر گرفت، ابعاد ظرفیت جذب شامل اکتساب<sup>۱</sup>، ترکیب/ ادغام، انتقال<sup>۲</sup> و بهره‌برداری<sup>۳</sup> است. محققان به اهمیت ظرفیت جذب در برانگیختن کارآفرینی سازمانی اشاره کرده‌اند. این امر منجر به ایجاد کارآفرینی سازمانی می‌شود. در خصوص تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی برخی مطالعات ادعا کرده‌اند که جهت ایجاد خروجی کارآفرینی بایستی انتقال مؤثر و به‌کارگیری دانش صورت بگیرد (Zahra, 2015). در مورد ارتباط ویژه بین ظرفیت جذب و رفتار

حال ظهور در محیط هدایت می‌شود؛ برخلاف مدیریت اجرایی که بر کارآمدترین استفاده از منابع کنترل شده تمرکز می‌کند. Brown et al. (۲۰۰۱) به شکل تجربی، شش بُعد از مدیریت کارآفرینی را تصدیق می‌کنند که تا به حال تبدیل به ابزار استاندارد این حوزه شده است. این ابعاد شامل؛ استراتژی‌گرایی، منبع‌گرایی، رشد‌گرایی، فلسفه‌ی پاداش، ساختار و فرهنگ مدیریتی هستند. با توجه به اینکه از اهداف مهم تشکل‌های تولیدی و تعاونی‌های کشاورزی افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال مولد است، لذا در راستای تحقق این اهداف ایجاد و بهبود کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تعاونی کشاورزی ضروری است. از این‌رو، ایجاد کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تعاونی کشاورزی مستلزم شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی است. بر این اساس، سوال اصلی پژوهش حاضر آن است که مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در رابطه‌ی بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه چه تأثیری دارد؟

### مرور ادبیات موضوع

**الف) کارآفرینی سازمانی:** کارآفرینی سازمانی اشاره به فعالیت‌هایی دارد که در سازمان امکان بهره‌برداری از مزایای رقابتی نوآوری را ایجاد کرده و رهیافتی در نهاده‌ی نوآوری در سازمان محسوب می‌شود (Kuratko et al., 2005). در این پژوهش، کارآفرینی، رفتار مدیریتی است که به‌طور دائم از فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج مافوق ظرفیت‌های افراد، بهره‌برداری می‌کند. به عبارتی کارآفرینی سازمانی به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید،

1. Acquisition
2. Exploitation
3. Transformation

کارآفرینانه، Zahra (۲۰۱۵) دریافت که ظرفیت جذب یکی از تعیین‌کننده‌های اصلی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تازه تأسیس است؛ زیرا می‌تواند به‌طور قابل ملاحظه‌ای توانایی تشخیص و کشف فرصت‌های جدید را از طریق ایجاد مهارت‌های جدید و کاهش ثبات شناختی مدیران ارشد شرکت، بهبود دهد. در واقع، ظرفیت جذب امکان ترکیب دانش جدید داخلی و خارجی را به شرکت می‌دهد که این تلفیق، شرط مهمی در ایجاد کارآفرینی سازمانی است.

### ج) مدیریت کارآفرینانه

مدیریت کارآفرینی فرصت‌محور است و با فرصت‌های نوظهور در محیط هدایت می‌شود و به ناآرامی‌ها و عدم اطمینان محیطی واکنش نشان داده و تلاش می‌کند تا یک موقعیت راهبردی قوی ایجاد کنند، هرچند که ماهیت موقتی داشته باشند، همچنین با ابتکارات فعالانه، باعث ایجاد عدم اطمینان محیطی در دیگر شرکت‌ها می‌شوند و با تخریب موقعیت موجود، فرصت‌های جدیدی را ایجاد می‌کنند (مقیمی، ۱۳۸۴). آن‌ها زودتر از رقبای خود در پی دستیابی به فرصت‌های جدید بوده و در مقابل تهدیدات بالقوه مترصد و هوشیار هستند (یوسفی و خسروی پور، ۱۳۹۶). Brown et al. (۲۰۰۱) مدیریت کارآفرینانه استیونسون<sup>۱</sup> را بررسی کردند و آن را با گرایش کارآفرینانه ادغام کرده‌اند. با توجه به این دیدگاه مفهوم مدیریت کارآفرینانه شامل شش بعد گرایش استراتژیک (با توجه به فرصت‌ها)، گرایش منابع، ساختار مدیریت، فلسفه پاداش، فرهنگ کارآفرینانه، گرایش رشد می‌شود. گرایش استراتژیک به میزان استراتژی شرکت که توسط فرصت‌ها یا منابع هدایت می‌شود، اشاره دارد (Brown et al., 2001). گرایش استراتژیک با هدف مدیریت کارآفرینی باعث ایجاد رفتارهایی می‌شود که امکان استفاده از

قابلیت‌های جذب در ایجاد کارآفرینی شرکتی را فراهم می‌کند. در واقع، شرکت‌های دارای گرایش استراتژیک، استراتژی‌هایی را به منظور استفاده کارآمد از منابع خود تدوین می‌کنند (Bradley et al., 2011). در ارتباط با بحث جهت‌گیری منابع دو بُعد مد نظر قرار داده می‌شود، یکی تعهد به منابع و دیگری کنترل منابع است. تعهد به منابع چند مرحله‌ای است که مزیت اصلی آن واکنش سریع به تغییرات بازار، تکنولوژی و رقابت است. عدم قابلیت پیش‌بینی نیازهای مادی، فقدان کنترل بلندمدت و نیازهای اجتماعی و تقاضاهای بین‌المللی برای استفاده کارآفرینان از منابع، از عوامل مؤثر در فرآیند تعهد به منابع هستند (یوسفی و خسروی پور، ۱۳۹۶). در ارتباط با کنترل منابع، کارآفرینان در استفاده از منابع دیگران اعم از سرمایه مالی، سرمایه‌های انسانی، مهارت‌ها و قابلیت‌ها، ماهر و توانمند هستند. آن‌ها قادرند تا از این منابع جهت خلق ارزش افزوده به نحو شایسته استفاده نمایند (Brown et al., 2001). ساختار مدیریت نشان‌دهنده درجه مطلوب ارگانیزم ساختاری است. شرکت‌هایی که رویکرد کارآفرینی بیشتری دارند، ساختارهای ارگانیک و مسطحی دارند که از چندین شبکه غیررسمی تشکیل شده است. چنین ساختارهایی توجه کارمندان را به ایجاد کارآفرینی شرکتی متمرکز می‌کنند (Joseph et al., 2012). فلسفه پاداش به چگونگی جبران هزینه‌های کارمندان توسط شرکت‌ها اشاره دارد. رویکرد جبران کارآفرینانه، ارزش محور و مبتنی بر عملکرد است و یک جنبه اصلی در ظرفیت جذب شرکت، ایجاد انگیزه در کارمندان برای انتقال و استفاده از دانش است (Minbaeva et al., 2003). فرهنگ کارآفرینی، فرهنگ شرکت‌هایی است که ایده‌هایی را ایجاد نموده و برای آن ارزش قائل‌اند. فرهنگ‌های کارآفرینانه در توانمندسازی افراد نیز اهمیت دارند و به آن‌ها امکان می‌دهند خلاقانه عمل کنند و از قابلیت‌های خود بهره

1. Stevenson

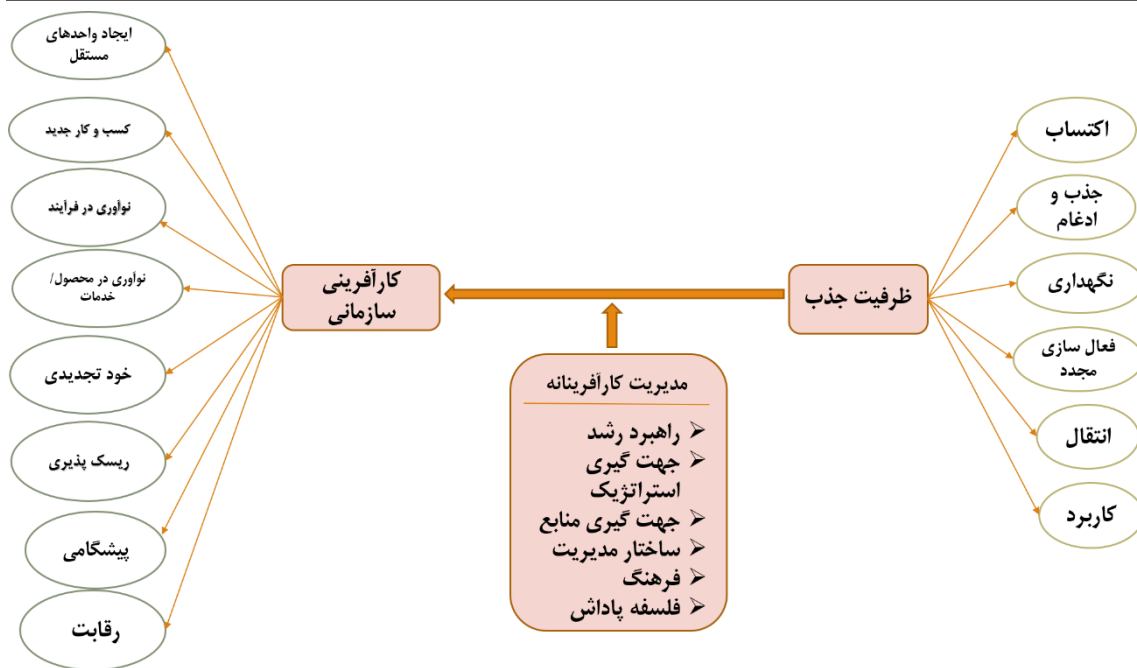
توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه‌ی روستایی استان زنجان پرداختند و از طریق گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه توانستند به شش عامل؛ ساختاری، شناختی-دانشی، محیطی، ضعف حمایتی و فردی و نیز نبود فرهنگ سازمانی اثربخش دست پیدا کنند. مجیدی و حاجی‌پور (۱۳۹۵) در مقاله‌ای رابطه بین ظرفیت جذب با عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شرکت‌های صنعتی در شهر ایلام) را بررسی کردند. نتایج رگرسیون نشان داد که ظرفیت جذب دانش به مدیران توانایی پیش‌بینی را می‌دهد و بر اساس نتایج حاصل از این مطالعه می‌توان گفت که بین ظرفیت جذب دانش و عملکرد سازمانی در مدیران شرکت‌های تولیدی و خدماتی شهرک صنعتی در شهر ایلام ارتباط وجود دارد. طالبی و زارع‌یکتا (۱۳۸۸) با بررسی راهکارها و عوامل مؤثر در توسعه‌ی کارآفرینی در تعاونی‌های استان گلستان به این نتیجه رسیدند که عواملی چون ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین، به‌کارگیری عوامل فنی و سطح تحصیلات نقش بالایی در توسعه‌ی کارآفرینی داشته‌اند. Sakhdari et al. (۲۰۱۷) در تحقیقی با عنوان نقش تعدیل‌گر مدیریت کارآفرینانه در رابطه بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی نشان دادند که ظرفیت جذب یک شرکت، همزمان با سایر عوامل سازمانی می‌تواند موجب ایجاد سطوح بالاتری از کارآفرینی در شرکت‌ها شود. Franco et al. (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای به بررسی گرایش کارآفرینی با تأکید بر سه عنصر اصلی خود (نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری) در صنعت الکترونیک استرالیا پرداختند، نتایج به دست آمده نشان داد که گرایش کارآفرینی با تأکید بر سه عنصر اصلی خود (نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری) رابطه‌ای مثبت با عملکرد کسب و کار دارد. با توجه به مطالب بیان شده مدل مفهومی پژوهش به شکل (۱) می‌باشد:

ببرند (بهبادی و همکاران، ۱۳۹۳). گرایش به رشد، به سرعت قبل یا فعلی رشد شرکت اشاره دارد به‌گونه‌ای که شرکت‌های دارای رویکرد کارآفرینی به دنبال منابع کنترل شده و اقدام بر اساس فرصت‌های رشد، رشد سریع را ترجیح می‌دهند. شرکت‌هایی که گرایش به رشد در کارآفرینی دارند، ظرفیت جذب خود را به سمت رشد و پاسخگویی هدایت می‌کنند، که منجر به افزایش سطح کارآفرینی شرکت‌ها می‌شود (Brown et al., 2001).

در دهه‌های اخیر تعاونی‌ها به عنوان سازمانی بالقوه برای تقویت توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و کاهش فقر متجلی شده‌اند. یکی از اهداف مهم تعاونی‌ها بسط و توسعه‌ی اشتغال مولد و کاهش بیکاری بوده؛ زیرا تعاونی‌ها با سرمایه‌گذاری موجب ایجاد اشتغال مولد می‌شوند. در مناطق روستایی کشورهای درحال توسعه، تشکل‌ها و شرکت‌های تعاونی کشاورزی می‌توانند در مقابله با فقر و توسعه روستایی نقش مهمی را ایفا نمایند. در واقع، تعاونی‌های تولید می‌توانند تحولات اساسی در نظام کشاورزی ایجاد کنند و زمینه دستیابی به توسعه پایدار روستایی را فراهم آورند. همچنین، هدف از تشکیل تعاونی‌ها برآوردن نیازهای خاص اعضای آن است؛ به عبارتی با نیازهای در حال تغییر افراد منطبق شده و به وسیله افراد شکل گرفته‌اند تا هماهنگی افقی در بین اعضا و انسجام عمودی در فعالیت‌های تجاری را به وجود آورند (بوزرجمهری و هادی‌زاده بزاز، ۱۳۹۲).

#### (د) پیشینه تحقیق

شجاعی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان موانع کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی و نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی به بررسی موانع کارآفرینی سازمانی پرداختند که نتیجه این پژوهش نشان داد عوامل داخلی و محیطی و میانجی در دانشگاه آزاد اسلامی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت دارد. رضائی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی موانع



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (مأخذ: نگارنده)

تحلیل داده از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی است. در شهرستان کرمانشاه تا تاریخ ۳ شهریور ۱۳۹۸ تعداد ۳۶۱ تعاونی در ۱۴ گرایش بخش کشاورزی ثبت شده که تنها ۱۷۳ تعاونی فعال (۴۷/۹٪) و مابقی یعنی ۱۸۸ تعاونی غیرفعال است (۵۲/۱٪). جامعه آماری پژوهش مدیران تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه به تعداد ۱۷۶ نفر که در سال ۱۳۹۸ مشغول به فعالیت بودند در نظر گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از جدول بارتلت و همکاران و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب ۱۱۰ نفر از مدیران شرکت‌های تعاونی محاسبه شد که بر حسب نوع فعالیت در ۱۰ طبقه قرار گرفتند (جدول ۱). برای سنجش کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیر وابسته از پرسشنامه استاندارد Brown et al. (۲۰۰۲)، به منظور سنجش مؤلفه‌های ظرفیت جذب به عنوان متغیر مستقل از پرسشنامه استاندارد Biedenbach et al. (۲۰۱۲)، و برای مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه به عنوان متغیر تعدیل‌گر از پرسشنامه استاندارد Brown et al. (۲۰۰۲) استفاده شد. برای تعیین روایی

براساس مبانی نظری تحقیق و مطالعات پیشین، مؤلفه‌های ظرفیت جذب عبارتند از: اکتساب، جذب و ادغام، نگهداری، فعال‌سازی مجدد، انتقال و کاربرد. همچنین ابعاد مدیریت کارآفرینانه تعاونی‌های کشاورزی در شهرستان کرمانشاه را می‌توان شامل: راهبرد رشد، جهت‌گیری استراتژیک، جهت‌گیری منابع، ساختار مدیریت، فرهنگ و فلسفه دانش دانست. مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی نیز شامل: ایجاد واحدهای مستقل، کسب و کار جدید، نوآوری در فرآیند، نوآوری در محصولات/خدمات، خودتجدیدی، ریسک‌پذیری، پیشگامی و رقابت می‌باشد. به‌علاوه، لازم به ذکر است که در رابطه بین کارآفرینی سازمانی و ظرفیت جذب تعاونی‌های کشاورزی در شهرستان کرمانشاه، مدیریت کارآفرینانه دارای نقش تعدیل‌گر می‌باشد (شکل ۱).

### روش تحقیق

این پژوهش از نظر ماهیت از نوع کمی و از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و در گردآوری و

## حامد نظری دارخوری و همکاران

جهت آزمون فرضیه‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزارهای SPSS<sup>25</sup> و Smart PLS استفاده شد.

و اعتبار سازه‌ای پرسشنامه از روش روایی همگرا و برای تعیین پایایی پرسشنامه، از معیارهای پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ استفاده شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی و

جدول ۱- جامعه و نمونه آماری به تفکیک فعالیت هر شرکت تعاونی

ردیف	طبقه	حجم جامعه (N)	حجم نمونه (n)
۱	دامداری	۱۲	۸
۲	دامپروری	۳۲	۲۰
۳	زراعت	۸۶	۵۴
۴	مرغ گوشتی	۱۳	۸
۵	مرغ تخم‌گذار	۲	۱
۶	مرتعداری	۸	۵
۷	زنبورداری	۲	۱
۸	گلخانه	۷	۴
۹	باغداری	۱۱	۷
۱۰	ماهی	۳	۲
جمع کل		۱۷۶	۱۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق

### یافته‌ها

اعضای تعاونی‌های مود مطالعه ۱۶/۸۱ نفر با انحراف معیار ۱۴/۴۲ نفر بود. نتایج بیانگر این است که در ۵۱/۸ درصد از تعاونی‌ها تعداد اعضا کمتر و مساوی ۱۰ نفر بود که بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داد. بیشترین تعداد اعضای تعاونی ۷۳ نفر و کمترین آن ۷ نفر بودند.

براساس نتایج تحقیق، میانگین سن افراد مورد مطالعه ۴۴/۴۷ سال و با انحراف معیار ۸/۸۹ سال بود. همچنین، سن جوانترین و مسن‌ترین مدیران تعاونی‌های مورد مطالعه به ترتیب ۲۹ و ۶۸ سال بود. همانطور که جدول (۲) نشان می‌دهد میانگین تعداد

جدول ۲- فراوانی پاسخگویان بر اساس تعداد اعضای هر تعاونی

تعداد اعضا	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تجمعی
کمتر و مساوی ۱۰	۵۷	۵۱/۸	۵۱/۸
۱۱-۵۰	۴۷	۴۲/۷	۹۴/۵
بیشتر از ۵۱	۶	۵/۵	۱۰۰
کل	۱۱۰	۱۰۰	-

میانگین = ۱۶/۸۱ انحراف معیار = ۱۴/۴۲ کمیته = ۷ بیشینه = ۷۳

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۳- بخش‌های پرسشنامه اثر تعدیل‌گری مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در رابطه بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی

بخش‌های پرسشنامه	تعداد پرسش‌ها	نحوه سنجش و ارزیابی	میانگین	انحراف معیار
ظرفیت جذب	۲۱	طیف لیکرت ۵ سطحی	۲/۸۴	۰/۹۶
مدیریت کارآفرینانه	۲۱	طیف لیکرت ۳ سطحی	۳/۵۰	۱/۶۰
کارآفرینی سازمانی	۱۴	طیف لیکرت ۵ سطحی	۲/۶۰	۰/۹۳
ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	۱۲	مقیاس‌های اسمی، فاصله‌ای	-	-

آمار توصیفی مؤلفه‌های مورد سنجش در پرسشنامه نیز در جدول (۳) نشان داده شده است.

به منظور تجزیه و تحلیل آمار استنباطی، ابتدا روایی و پایایی سازه‌های پژوهش بررسی گردید. در زمینه پایایی و روایی نشانگرهای کارآفرینی سازمانی، ظرفیت جذب و ابعاد مدیریت کارآفرینانه بار عاملی برای نشانگرهای این سازه‌ها بین ۰/۷ تا ۰/۹ بود.

همچنین، مقادیر مقدار  $t$  از مقدار استاندارد ۱/۹۶ بالاتر بود و همه نشانگرها با اطمینان ۹۹ درصد در سطح خطای یک درصد معنی‌دار بودند. از این رو، نشانگرهای انتخابی برای سنجش کارآفرینی سازمانی، ظرفیت جذب و ابعاد مدیریت کارآفرینانه از پایایی و دقت لازم برخوردار بودند و با دقت لازم این سازه را مورد سنجش قرار دادند (جدول ۴، ۵ و ۶).

جدول ۴- پایایی نشانگرهای کارآفرینی سازمانی

سازه	گویه	بار عاملی	مقدار $t$	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
کارآفرینی سازمانی	KS1	۰/۸۴	۳۳/۰۷	۰/۹۷	۰/۹۷
	KS2	۰/۹۱	۶۷/۴۴		
	KS3	۰/۸۸	۳۹/۶۲		
	KS4	۰/۸۸	۴۷/۴۸		
	KS5	۰/۸۷	۴۳/۱۵		
	KS6	۰/۸۶	۴۶/۴۱		
	KS7	۰/۸۳	۳۵/۹۵		
	KS8	۰/۸۵	۳۶/۳۹		
	KS9	۰/۷۰	۱۳/۷۸		
	KS10	۰/۸۴	۲۵/۷۱		
	KS11	۰/۸۴	۲۶/۸۱		
	KS12	۰/۸۵	۳۱/۸۲		
	KS13	۰/۸۶	۴۳/۰۶		
	KS14	۰/۸۸	۳۹/۱۷		

کارآفرینی سازمانی: KS1, ..., KS14



جدول ۵- پایایی سنجی سازه‌های ظرفیت جذب

سازه	گویه	بارعاملی	مقدار t	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
اکتساب	E1, E2, E3, E4	۰/۸۹۶، ۰/۸۹۵، ۰/۹۰۲	۵۶/۳۴، ۵۱/۱۴۵، ۵۰/۰۰	۰/۹۴	۰/۹۲
جذب و ادغام	T1, T2, T3, T4	۰/۸۹۶، ۰/۸۷۷، ۰/۹۱۳	۷۷/۸۲	۰/۹۴	۰/۹۱
نگهداری	N1, N2, N3	۰/۹۱۹، ۰/۹۳۷، ۰/۹۳۳	۶۵/۴۵	۰/۹۵	۰/۹۲
فعال‌سازی مجدد	F1, F2, F3	۰/۹۱۲، ۰/۹۳۳، ۰/۹۴۰	۵۰/۵۵	۰/۹۵	۰/۹۲
انتقال	EN1, EN2, EN3	۰/۹۰۴، ۰/۹۴۳، ۰/۸۹۶	۷۱/۶۳، ۹۹/۳۳، ۱۰/۱۹	۰/۹۳	۰/۹۰
کاربرد	K1, K2, K3, K4	۰/۸۷۷، ۰/۹۲۵، ۰/۹۱۲	۶۳/۹۰، ۹۴/۰۹، ۱۰/۶۹	۰/۹۴	۰/۹۲
		۰/۹۰۵	۶۲/۸۲		
انتقال: EN1, ..., EN3		نگهداری: N1, ..., N3		اکتساب: E1, ..., E4	
کاربرد: K1, ..., K4		فعال‌سازی: F1, ..., F3		جذب و ادغام (ترکیب): T1, ..., T4	

جدول ۶- پایایی ابعاد مدیریت کارآفرینانه

سازه	گویه	بارعاملی	مقدار t	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ
استراتژی رشد	ER1, ER2	۰/۹۷، ۰/۹۷	۲۲/۳۸، ۲۶/۵۶	۰/۹۷	۰/۹۴
جهت‌گیری استراتژیک	JE1, JE2, JE3	۰/۹۴، ۰/۹۶، ۰/۹۴	۹۰/۴۷، ۷۸/۴۷، ۸۰/۸۹	۰/۹۶	۰/۹۴
جهت‌گیری منابع	JM1, JM2, JM3, JM4	۰/۹۸، ۰/۹۲، ۰/۹۴	۳۲/۴۰، ۴۴/۷۴، ۸۱/۵۱	۰/۹۶	۰/۹۵
ساختار مدیریت	SM1, SM2, SM3, SM4, SM5	۰/۹۶، ۰/۹۵، ۰/۹۳	۵۴/۲۴	۰/۹۷	۰/۹۶
فرهنگ‌سازی	FS1, FS2, FS3	۰/۹۳، ۰/۹۵، ۰/۹۴	۱۳/۷۲، ۱۱/۹۱، ۶۱/۵۱	۰/۹۶	۰/۹۴
فلسفه پاداش	FP1, FP2, FP3, FP4	۰/۹۶، ۰/۹۵، ۰/۹۴	۵۰/۰۳، ۱۶/۰۳	۰/۹۷	۰/۹۶
		۰/۹۳	۷۶/۸۰، ۱۱/۸۱، ۸۷/۹۸		
فرهنگ‌سازی: FS1, ..., FS3		جهت‌گیری منابع: JM1, ..., JM4		استراتژی رشد: ER1, ER2	
فلسفه پاداش: FP1, ..., FP4		ساختار مدیریت: SM1, ..., SM5		جهت‌گیری استراتژیک: JE1, ..., JE3	

سازه‌های مدل از رویکردهای فورنل-لارکر<sup>۱</sup> استفاده شد. براساس معیار فورنل-لارکر، با توجه به اینکه قطر ماتریس از همه همبستگی‌های دیگر سازه‌ها با آن سازه بالاتر بود می‌توان نتیجه گرفت که نشانگرهای انتخابی برای اندازه‌گیری سازه‌های موجود از روایی واگرا بالا و مناسبی برخوردار بودند (جدول ۷ و ۸).

همچنین شاخص پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ محاسبه شد که حاکی از پایایی بالا و مناسب این سازه بود. به منظور بررسی روایی همگرایی سازه‌های مدل از معیار واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد و مقادیر بالاتر از حد استاندارد ۰/۵ برای هر سازه، روایی همگرایی مناسب آن سازه را نشان داد. همچنین، به منظور بررسی روایی واگرایی

جدول ۷- روایی سنجی سازه‌های الگوی ظرفیت جذب بر مبنای میانگین واریانس استخراج شده و رویکرد فورنل - لارکر

سازه	AVE	۱	۲	۳	۴	۵	۶
ادغام (۱)	۰/۸۰	۰/۸۹۶	--	--	--	--	--
انتقال (۲)	۰/۸۳	۰/۸۸۲	۰/۹۱۵	--	--	--	--
اکتساب (۲)	۰/۸۱	۰/۹۱۶	۰/۸۶۴	۰/۹۰۴	--	--	--
فعال‌سازی مجدد (۴)	۰/۸۶	۰/۹۰۱	۰/۸۸۸	۰/۸۷۴	۰/۹۲۹	--	--
نگهداری (۳)	۰/۸۶	۰/۸۳۹	۰/۶۹۹	۰/۸۳۱	۰/۷۹۵	۰/۹۳۰	--
کاربرد (۶)	۰/۸۲	۰/۸۹۳	۰/۸۸۹	۰/۸۵۸	۰/۸۸۱	۰/۷۴۸	۰/۹۰۷

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۸- روایی سنجی سازه‌های الگوی مدیریت کارآفرینانه بر مبنای میانگین واریانس استخراج شده و رویکرد فورنل - لارکر

سازه	AVE	۱	۲	۳	۴	۵	۶
استراتژی رشد (۱)	۰/۹۵	۰/۹۷۵	--	--	--	--	--
جهت‌گیری استراتژیک (۲)	۰/۹۰	۰/۸۲۴	۰/۹۵۰	--	--	--	--
جهت‌گیری منابع (۳)	۰/۸۸	۰/۸۰۶	۰/۹۲۶	۰/۹۴۱	--	--	--
ساختار مدیریت (۴)	۰/۸۹	۰/۷۸۹	۰/۸۷۵	۰/۹۲۸	۰/۹۴۴	--	--
فرهنگ رشد (۵)	۰/۸۹	۰/۷۵۴	۰/۸۲۴	۰/۸۷۲	۰/۸۸۵	۰/۹۴۵	--
فلسفه پاداش (۶)	۰/۹۰	۰/۷۹۰	۰/۸۷۸	۰/۹۳۱	۰/۹۰۵	۰/۹۰۵	۰/۹۵۰

منبع: یافته‌های تحقیق

کارآفرینانه) به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شد. بر این اساس، تحلیل مقایسات چندگروهی با تعدیل‌گری ابعاد مدیریت کارآفرینانه در نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ اجرا شد (جدول ۹).

بر اساس نتایج جدول (۹) مشاهده می‌شود که بین ضریب مسیر تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه سنتی و کارآفرینانه اختلاف معناداری در سطح خطای یک درصد وجود دارد؛ به گونه‌ای که تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه در بین گروه با استراتژی رشد کارآفرینانه بیشتر از سنتی است. همچنین، بین مقدار ضریب مسیر تأثیر متغیر نهفته ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه جهت‌گیری استراتژیک سنتی و

پس از بررسی روایی و پایایی مدل‌های اندازه‌گیری و اطمینان از روایی و پایایی سازه‌ها، در گام بعدی به منظور بررسی نقش تعدیل‌گر مؤلفه‌های سازه مدیریت کارآفرینانه در رابطه‌ی بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی، ابتدا ابعاد مدیریت کارآفرینانه با توجه به میانگین به دست آمده برای هر یک از ۶ بعد آن به دو گروه اول (سنتی) و دوم (کارآفرینانه) تقسیم شدند. از آنجا که نحوه سنجش و ارزیابی سئوال‌ها پرسشنامه استاندارد Brown et al. (۲۰۰۲) طیف لیکرت ۷ سطحی بوده، بنابراین گروه اول که گروه سنتی خوانده می‌شود دارای میانگین کمتر از ۳/۵ و گروه دوم که گروه کارآفرینانه اطلاق می‌گردد دارای میانگین بیشتر از ۳/۵ می‌باشند. سپس از تحلیل چندگروهی جهت بررسی نقش مدیریت کارآفرینانه استفاده گردید. در این تحلیل ابعاد متغیر مدیریت کارآفرینانه (گروه اول سنتی - گروه دوم

این راستا، بین مقدار ضریب مسیر تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه سنتی و کارآفرینانه تفاوت معناداری در سطح خطای یک درصد وجود دارد. بدین صورت که تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه در بین گروه با ساختار مدیریت کارآفرینانه بیشتر از سنتی است. همچنین نتایج نشان داد که بین مقدار ضریب مسیر تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در بین دو گروه سنتی و کارآفرینانه تفاوت معناداری در سطح خطای یک درصد وجود دارد. بدین صورت که تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه در بین گروه با فرهنگ رشد کارآفرینانه بیشتر از سنتی است. لذا، یافته‌های حاصل از این پژوهش تأیید کننده وجود نقش تعدیل‌گر مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در رابطه‌ی بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی است.

کارآفرینانه اختلاف معناداری در سطح خطای یک درصد وجود داشت. به صورتی که تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه در بین گروه با استراتژی رشد کارآفرینانه بیشتر است. به علاوه، بین مقدار ضریب مسیر تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه سنتی و کارآفرینانه اختلاف معناداری در سطح خطای یک درصد وجود دارد؛ به گونه‌ای که تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه در بین گروه با جهت‌گیری منابع کارآفرینانه بیشتر از سنتی است. همچنین، بین مقدار ضریب مسیر تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه سنتی و کارآفرینانه تفاوت معناداری در سطح خطای یک درصد وجود دارد. بدین صورت که تأثیر متغیر نهفته‌ی ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های کشاورزی مورد مطالعه در بین گروه با فلسفه‌ی پاداش کارآفرینانه بیشتر از سنتی است. در

جدول ۹- بررسی نقش تعدیل‌گری ابعاد متغیر مدیریت کارآفرینانه در رابطه ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های

کشاورزی شهرستان کرمانشاه

P-Value	اختلاف ضرایب مسیر	ضرایب مسیر		متغیر تعدیل‌گر	مسیرها
		گروه کارآفرینانه	گروه سنتی		
۰/۰۰۰	۰/۲۳	۰/۹۵	۰/۷۲	راهبرد رشد	ظرفیت جذب ← کارآفرینی سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۸۶	۰/۸۱	جهت‌گیری استراتژیک	ظرفیت جذب ← کارآفرینی سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۲۳	۰/۸۹	۰/۶۶	جهت‌گیری منابع	ظرفیت جذب ← کارآفرینی سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۲۰	۰/۸۷	۰/۶۷	فلسفه پاداش	ظرفیت جذب ← کارآفرینی سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۱۱	۰/۸۴	۰/۷۳	ساختار مدیریت	ظرفیت جذب ← کارآفرینی سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۱۰	۰/۸۳	۰/۷۳	فرهنگ رشد	ظرفیت جذب ← کارآفرینی سازمانی

منبع: یافته‌های تحقیق

## نتیجه‌گیری و پیشنهادات

هدف از این پژوهش بررسی نقش تعدیل‌گری مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه در رابطه‌ی بین ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی شرکت‌های تعاونی کشاورزی فعال در استان کرمانشاه بود. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، نشان داد که کلیه مؤلفه‌های مدیریت کارآفرینانه بر رابطه ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمانی اثر دارد. نتایج نشان داد که بین تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه راهبرد رشد سنتی و کارآفرینانه اختلاف معناداری وجود دارد؛ به صورتی که تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های مورد مطالعه در بین گروه با راهبرد رشد کارآفرینانه بیشتر از سنتی است و می‌توان با افزایش راهبرد رشد کارآفرینانه تأثیر ارتباط ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی را بهبود بخشید. همسو با یافته‌های این بخش از پژوهش، سایر پژوهشگران از جمله *Brown et al.* (۲۰۰۱)، نیز به نقش مثبت و معنی‌دار راهبرد رشد در بهبود کارآفرینی سازمانی در پژوهش خود اشاره کرده‌اند. به‌علاوه بین تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی تعاونی‌های کشاورزی در دو گروه جهت‌گیری استراتژیک سنتی و کارآفرینانه اختلاف معنی‌داری وجود دارد؛ به این صورت که تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در بین گروه با جهت‌گیری استراتژیک کارآفرینانه بیشتر از سنتی بود. به بیانی دیگر، تعاونی‌های کشاورزی مورد بررسی بر اساس منابع فعلی و در اختیار خود شیوه‌ی دستیابی به اهداف را مشخص و فرصت‌ها را دنبال می‌کردند و دغدغه استراتژیک آن‌ها نحوه‌ی استفاده بهینه از منابع بود. هم‌راستا با یافته‌های این بخش از پژوهش محققانی همچون *Brown et al.* (۲۰۰۱) در پژوهش خود به نقش مثبت و معنی‌دار جهت‌گیری استراتژیک

کارآفرینانه در بهبود کارآفرینی سازمانی شرکت اشاره کردند.

یافته‌های پژوهش بیانگر این بود که بین تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در دو گروه جهت‌گیری منابع سنتی و کارآفرینانه اختلاف معنی‌داری وجود داشت؛ بدین صورت که تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در بین گروه با جهت‌گیری منابع کارآفرینانه بیشتر از سنتی بود. در واقع، شرکت تعاونی‌های مورد مطالعه ترجیح می‌دادند که هنگام پیگیری فرصت‌ها زیاد سرمایه‌گذاری کنند و بر منابع کنترل و مالکیت داشته باشند و معتقدند که در بهره‌برداری از فرصت‌ها، رسیدن به درآمد مهم‌تر از داشتن ایده است. نتایج این بخش با پژوهش مقیمی (۱۳۸۴)، که به نقش مثبت و معنی‌دار جهت‌گیری منابع در کارآفرینی سازمانی در پژوهش خود تأکید کرده‌اند همخوانی داشت. همچنین بین تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در دو گروه ساختار مدیریت سنتی و کارآفرینانه اختلاف معنی‌داری وجود دارد؛ به بیانی دیگر، تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در بین گروه با ساختار مدیریت کارآفرینانه بیشتر از سنتی بود. در این ارتباط، در تعاونی‌های مورد بررسی برای کنترل اعضا، از شیوه کنترل غیررسمی و دوستانه استفاده می‌شد و حتی تأکید می‌شد که کارها انجام شوند به گونه‌ای که شرایط و شخصیت فرد رفتار مناسب شغلی را نشان می‌داد. از این رو، بدون توجه به اقدامات گذشته با شرایط انطباق می‌یافتند. همسو با یافته‌های این بخش از پژوهش، *Brown et al.* (۲۰۱۷) نشان دادند که ساختار سازمانی سبب ارتقا فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان می‌شود. نتایج نشان داد که بین تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در دو گروه فرهنگ رشد سنتی و کارآفرینانه اختلاف معنی‌داری وجود دارد؛ به

و تقویت انگیزه‌ی اعضای تعاونی را فراهم نمایند. از جمله این اقدامات می‌توان به دعوت از یک کارآفرین موفق جهت حضور و سخنرانی برای اعضا، تهیه دوره‌های آموزشی کارآفرینی و انگیزشی و پخش آن در ساعات معین در طول هفته برای اعضا اشاره نمود. تهیه کتاب‌هایی در زمینه‌ی موفقیت، خودشناسی، انگیزشی، هوش مالی و کارآفرینی، توزیع درمیان کارکنان و برگزاری مسابقه‌ی کتابخوانی و اهدای جوایز به نفرات برتر را می‌توان اقدام بعدی در نظر گرفت. همچنین، پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های تعاونی کشاورزی از طریق ایجاد یک شبکه ارتباطی منسجم و نظام‌مند بین تعاونی‌ها و استفاده و به کارگیری بیشتر فعالیت‌های تعاونی‌های موفق، کارآفرینی سازمانی را در شرکت‌های تعاونی کشاورزی ارتقاء بخشند. مدیران تعاونی‌ها با تدارک نشست‌های طوفان فکری و گوش دادن به ایده‌های مطرح شده حس مهم بودن را به اعضا منتقل می‌کنند که این امر باعث می‌شود اعضا خلاق و توانمند شوند و در بستر خلاقیت و توانمندی اعضا هست که می‌توان طرح و ایده‌های مناسب را رقم زد. خارج کردن محیط کاری از حالت خشک و بی‌روح و ایجاد محیط کاری جذاب نیز باعث شکل‌گیری ایده‌های نوآورانه و خلاقانه توسط کارکنان و اعضای تعاونی و در نهایت بهبود وضعیت کارآفرینی سازمانی می‌گردد.

### تشکر و قدردانی

نویسندگان مراتب تشکر و قدردانی خود را از کارشناسان اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان کرمانشاه و نیز مدیران تعاونی‌های کشاورزی شهرستان کرمانشاه به واسطه همکاری ارزشمند در انجام این پژوهش، اعلام می‌کنند.

این صورت که تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در بین گروه با فرهنگ رشد کارآفرینانه بیشتر از سنتی است. به عبارتی، تعاونی‌های مورد مطالعه در یافتن ایده‌های امیدوارکننده برای بهره‌برداری از منابع خود با مشکل مواجه بودند و در کل تغییرات جامعه، به ندرت منجر به ایده‌ای برای شرکت تعاونی می‌شد. همسو با یافته‌های این بخش از پژوهش بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) و مقیمی (۱۳۸۴) به نقش مثبت و معنی‌دار فرهنگ رشد کارآفرینانه در ظرفیت جذب و کارآفرینی سازمان دست یافته‌اند.

نتایج نشان داد که بین تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در دو گروه فلسفه پاداش سنتی و کارآفرینانه اختلاف معنی‌داری وجود دارد؛ به این صورت که تأثیر ظرفیت جذب بر کارآفرینی سازمانی در بین گروه با فلسفه پاداش کارآفرینانه بیشتر از سنتی بود. به بیانی دیگر، کارمندان در تعاونی‌های کشاورزی مورد تحلیل بر اساس عملکرد شغلی خود ارزیابی می‌شدند. همچنین، در تصمیم‌گیری‌های مربوط به پاداش دخالت و یا مشارکتی نمی‌کردند و در این ارتباط، افزایش دستمزد نیز توسط عملکرد شغلی تعیین می‌شد. همسو با نتایج این قسمت، از پژوهش Ittner et al. (۲۰۰۳) و کنعانی و همکاران (۱۳۹۱) به نقش مثبت و معنی‌دار فلسفه پاداش در بهبود کارآفرینی سازمانی دست یافتند. به عبارتی، در این زمینه محققان دریافته‌اند که استفاده مناسب از پاداش‌ها موجب افزایش فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان خواهد شد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود که مدیران شرکت‌های تعاونی کشاورزی در جهت توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی اقدامات و تمهیدات آموزشی لازم در راستای افزایش روحیه‌ی کارآفرینی

منابع

۱. بهزادی، ن.، رضوی، م. و حسینی، ر. ۱۳۹۳. طراحی الگوی مفهومی دانشگاه کارآفرین با رویکرد کارآفرینی سازمانی. توسعه کارآفرینی، ۷ (۴): ۷۱۳-۶۹۷.
۲. بوزرجمهری، خ.، و هادی‌زاده بزاز، م. ۱۳۹۲. واکاوی و بررسی سازه‌های مؤثر در توسعه‌ی تعاونی‌های تولید روستایی استان خراسان رضوی از نظر کارشناسان. جغرافیا و آمایش شهری، ۸ (۲): ۸۵-۱۰۰.
۳. رضایی، ر. ۱۳۹۳. بررسی نقش و جایگاه کارآفرینی در توسعه تعاونی‌های روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۱): ۲۳-۴۵.
۴. رضائی، ر.، حسینی، سید م.، و محمدی پابندی، م. ۱۳۹۴. شناسایی و تحلیل موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌های توسعه روستایی استان زنجان. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، ۲ (۲): ۱۵۶-۱۴۳.
۵. شجاعی، ز.؛ و علیزاده، ر. ۱۳۹۹. بررسی موانع کارآفرینی در دانشگاه آزاد اسلامی و نقش کارآفرینان در توسعه اقتصادی و اجتماعی. مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۲ (۲): ۱۵۱-۱۶۲.
۶. طالبی، ک.، و زارع یکتا، م. ج. ۱۳۸۸. بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی در تعاونی‌های منابع طبیعی. مجموعه مقالات اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی و توسعه منطقه‌ای سیستان و بلوچستان، انتشارات دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۷. کنعانی، ا.، ملاحسینی، ع.، و فرقانی، م. ۱۳۹۱. بررسی تاثیر رویکرد کارآفرینانه و مدیریت کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کارهای کوچک، کنفرانس ملی: کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
۸. مرادی، م.، ولی‌پور، م.، یاکیده، ک.، صفردوست، ع.، و عبداللهیان، ف. ۱۳۹۲. بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها (مطالعه موردی: شرکت‌های داروسازی و شرکت‌های بیمه حاضر در بورس اوراق بهادار تهران). چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۱۳ (۱): ۱۰۲-۷۹.
۹. مقیمی، س.م. ۱۳۸۴. کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، تهران، فراندیش.
۱۰. نصراصفهانی، ع.، انصاری، ر.، و مولایی، ر. ۱۳۹۳. بررسی تاثیر ظرفیت جذب دانش بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در شهرک علمی-تحقیقاتی استان اصفهان). توسعه کارآفرینی، ۹ (۲): ۳۷۷-۳۹۵.
۱۱. یوسفی، ر.، و خسروی‌پور، ب. ۱۳۹۶. نقش تعاونی زنان در توسعه، اشتغال و کارآفرینی. اولین همایش ملی فرصت‌های نوین تولید و اشتغال بخش کشاورزی در شرق کشور (در راستای تحقق اهداف مقاومتی)، ۲۵ بهمن ۱۳۹۶، دانشگاه بیرجند.
12. Bojica, A.M., Fuentes-Fuentes, M.M., & Fernández-Pérez, V. 2017. Corporate entrepreneurship and codification of the knowledge acquired from strategic partners in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 2(2): 45-76.
13. Bradley, S.W., Wiklund, J., and Shepherd, D.A. 2011. Swinging a double-edged sword: The effect of slack on entrepreneurial management and growth. *Journal of Business Venturing*, 26(5): 537-554.
14. Brown, T.E., Davidsson, P., and Wiklund, J. 2001. An operationalisation of Stevenson's conceptualisation of entrepreneurship as opportunity-based firm behaviour. *Strategic Management Journal*, 22(10): 953-968.
15. Ergun, E., Bulut, C., Alpkın, L., and Cakar, N.D. 2004. Connecting the Link between Corporate Entrepreneurship and Innovative Performance", *Global Business and Technology Association*

22. Mazzei, M.J., Ketchen, D.J., and Shook, C.L. 2017. Understanding strategic entrepreneurship: A Btheoretical toolbox^ approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(2): 631–663.
23. Minbaeva, D., Pedersen, T., Björkman, I., Fey, C.F., and Park, H.J. 2003. MNC knowledge transfer, subsidiary absorptive capacity, and HRM. *Journal of International Business Studies*, 34(6): 586–599.
24. Naldi, L., Achtenhagen, L., and Davidsson, P. 2014. International corporate entrepreneurship among SMEs: A test of Stevenson's notion of entrepreneurial management. *Journal of Small Business Management*. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/jsbm.12087>.
25. Sakhdari, K., and Burgers, J.H. 2017. The moderating role of entrepreneurial management in the relationship between absorptive capacity and corporate entrepreneurship: an attention-based view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4): 927-950.
26. Wei, L.Q., and Ling, Y. 2015. CEO characteristics and corporate entrepreneurship in transition economies: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 68(6): 1157–1165.
27. Zahra, S.A. 2015. Corporate entrepreneurship as knowledge creation and conversion: The role of entrepreneurial hubs. *Small Business Economics*, 44(4): 727–735.
16. Franco, Mário and Haase, Heiko. 2013. Firm Resources and Entrepreneurial Orientation as Determinants for Collaborative Entrepreneurship. *Journal of Management Decision*, 51(3): 4.
17. Ittner, C.D., Lambert, R.A., and Larcker, D.F., 2003. The structure and performance consequences of equity grants to employees of new economy firms. *Journal of Accounting and Economics*, 34 (3): 89–127.
18. Joseph, J., and Ocasio, W. 2012. Architecture, attention, and adaptation in the multibusiness firm: General Electric from 1951 to 2001. *Strategic Management Journal*, 33(6): 633–660.
19. Knockaert, M., Bjornali, E.S., and Erikson, T. 2015. Joining forces: Top management team and board chair characteristics as antecedents of board service involvement. *Journal of Business Venturing*, 30(3): 420–435.
20. Lewin, A.Y., Massini, S., and Peeters, C. 2011. Microfoundations of internal and external absorptive capacity routines. *Organization Science*, 22(1): 81–98.
21. Majidi, K., and Hajipour, E. 2016. Examining the Relationship between Absorption Capacity with Organizational Performance (Case Study: Companies of the Industrial Town in Ilam City). *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 2(4): 942-950.



Gorgan University of Agricultural  
Sciences and Natural Resources

*Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 8(2), 2021*  
<http://jead.gau.ac.ir>

## **Investigating the status of entrepreneurial management components in the relationship between absorption capacity and organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives in Kermanshah county**

**H. Nazari<sup>1</sup>, F. Rostami<sup>2\*</sup>, N.A. Shiri<sup>3</sup>, M. Khoshmaram<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>MSc of Agricultural Extension and Education, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

<sup>2</sup>Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran

<sup>3</sup>Assistant Professor, Department of Entrepreneurship and Rural Development, Faculty of Agriculture, Ilam University, Ilam, Iran

<sup>4</sup>Ph.D. Department of Entrepreneurship and Rural Development, Faculty of Agriculture, Ilam University, Ilam, Iran

Received: 17/08/2021; Accepted: 13/11/2021

### **Abstract**

Today, with increasing environmental changes and business context, the intensity of competition between organizations has increased. Organizational entrepreneurship is a process that enables organizations to withstand challenges and manage complexities. In this regard, the main purpose of this study was to investigate the components of entrepreneurial management in the relationship between absorption capacity and organizational entrepreneurship in agricultural cooperatives in Kermanshah county. The statistical population included all managers of agricultural cooperatives in Kermanshah county (N = 176), using Bartlett table, 110 persons were selected by stratified random sampling with appropriate assignment. The research measurement tool was a standard questionnaire whose validity was assessed using face and convergent validity and its reliability was assessed using combined reliability and Cronbach's alpha. Smart PLS<sub>3</sub> and SPSS<sub>25</sub> software were used to analyze the data. The results showed that the components of entrepreneurial management (growth strategy, strategic orientation, resource orientation, growth culture, reward philosophy and management structure), moderate the relationship between absorption capacity and organizational entrepreneurship among agricultural cooperatives in Kermanshah county. As the effect of absorption capacity on organizational entrepreneurship is greater among agricultural companies that have an entrepreneurial management approach than companies that have a traditional management approach. According to the results, it is suggested that the managers of agricultural cooperatives in order to develop organizational entrepreneurship, it is necessary to provide the necessary educational measures and arrangements in order to increase the entrepreneurial spirit and strengthen their motivation.

**Keywords:** Absorption capacity, Organizational entrepreneurship, Entrepreneurial management, Agricultural cooperatives.

---

\*Corresponding author; fr304@yahoo.com