بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی و نقش تعدیل‌گر سبک رهبری تحول‌آفرین (مطالعه موردی: شرکت‌های صنعتی اصفهان)

سارا ایرانپور[1] و امیر برهانی[2*]

۱گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی علوم و فناوری سپاهان

۲گروه مدیریت صنعتی، موسسه آموزش عالی علوم و فناوری سپاهان(نویسنده مسئول)

Iranpour_s@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی از طریق نقش میانجی سرمایه اجتماعی و نقش تعدیل‌گر سبک رهبری تحول‌آفرین در شرکت‌های صنعتی استان اصفهان انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی از نوع علی-همبستگی بود که با رویکرد کمی و به‌صورت پیمایشی اجرا گردید. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان شرکت‌های صنعتی اصفهان تشکیل می‌دادند که با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود، حجم نمونه‌ای معادل ۳۸۴ نفر برآورد و به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزارهای گردآوری داده‌ها شامل چهار پرسشنامه استاندارد کارآفرینی سازمانی هیل (۱۹۹۶)، سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸)، رهبری تحول‌آفرین دوستدار و همکاران (۱۳۹۵) و عملکرد سازمانی هرسی و گلداسمیت (۱۹۸۰) بودند که همگی از روایی و پایایی مطلوبی برخوردار بودند. داده‌های جمع‌آوری‌شده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزارهای اس‌پی‌اس‌اس و اسمارت‌پی‌ال‌اس تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که کارآفرینی سازمانی هم به‌صورت مستقیم و هم به‌صورت غیرمستقیم از طریق سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین، سبک رهبری تحول‌آفرین رابطه بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی را به‌صورت مثبت و معناداری تعدیل می‌کند. علاوه بر این، ضریب تعیین برای متغیر سرمایه اجتماعی برابر با ۴۳/۰ و برای عملکرد سازمانی برابر با ۵۱/۰ به‌دست آمد که نشان‌دهنده قدرت تبیین مطلوب مدل است. شاخص نیکویی برازش نیز با مقدار ۵۲/۰، برازش قوی مدل را تأیید کرد. بر اساس یافته‌ها، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک مکانیسم واسطه‌ای حیاتی عمل می‌کند که از طریق آن، کارآفرینی سازمانی به عملکرد بهتر سازمانی منجر می‌شود و این مکانیسم در حضور رهبری تحول‌آفرین، تقویت می‌گردد. نتایج این پژوهش، مدیران صنایع را به توجه هم‌زمان به سه عرصه پرورش روحیه کارآفرینانه، تقویت شبکه‌های سرمایه اجتماعی و اتخاذ سبک رهبری تحول‌آفرین به‌عنوان پیش‌نیازهای دستیابی به عملکرد سازمانی پایدار، رهنمون می‌سازد.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی، رهبری تحول‌آفرین، عملکرد سازمانی، شرکت‌های صنعتی

مقدمه

جهان معاصر، با شتابی بی‌سابقه در حال دگرگونی است. تغییرات تکنولوژیک، تحولات ژئوپلیتیک، و جابه‌جایی‌های جمعیتی، بستر سنتی فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی را به چالش کشیده و نظم‌های مستقر را دستخوش تلاطمی عمیق ساخته است. در چنین فضایی، سازمان‌ها با پارادوکسی روبه‌رو هستند: از یک سو، بقا در گرو انطباق با این تغییرات سیال و پیش‌بینی‌ناپذیر است و از سوی دیگر، توانایی پیش‌بینی و شکل‌دهی به

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

آینده، به عاملی کلیدی برای مزیت رقابتی بدل شده است. این ضرورت دوگانه، مفهوم «عملکرد» را از یک شاخص صرفاً مالی و گذشته‌نگر به معیاری چندبعدی، آینده‌نگر و منعطف‌تر تبدیل کرده است.

عملکرد سازمانی[1] در عصر کنونی، تنها با معیارهای سنتی نظیر سودآوری یا بازده دارایی‌ها قابل سنجش نیست؛ بلکه ابعادی چون نوآوری، توانایی پاسخ‌گویی به ذی‌نفعان، و انعطاف‌پذیری استراتژیک نیز در آن جایگاهی محوری یافته‌اند. ریچارد و همکاران (ریچارد[2] و همکاران، ۲۰۲۱) بر این نکته تأکید دارند که سنجش عملکرد نیازمند رویکردی چندوجهی است که هم نتایج مالی و هم معیارهای عملیاتی و کیفی را در برگیرد. کاپلان و نورتون[3] (۲۰۲۰) با معرفی کارت امتیازی متوازن، گامی اساسی در جهت خلق چنین نگاه چندبعدی برداشتند و نشان دادند که عملکرد، حاصل تعامل پیچیده‌ای از منظرهای مالی، مشتری، فرآیندهای داخلی و یادگیری و رشد است. در همین راستا، نیلی[4] (۲۰۲۲) بر اهمیت اندازه‌گیری عملکرد به‌عنوان ابزاری برای یکپارچه‌سازی نظریه و عمل تأکید کرده و لِباس و یوسکه[5] (۲۰۲۱) نیز با صورتبندی مفهومی عملکرد، آن را به‌عنوان حاصلِ برآوردی از اثربخشی و کارایی در تحقق اهداف از پیش تعیین‌شده معرفی کرده‌اند. با این حال، صرف‌نظر از این چارچوب‌های نظری، پرسش اساسی آن است که سازمان‌ها از چه مسیرهایی می‌توانند به این عملکرد چندبعدی دست یابند و چه عواملی، به‌عنوان موتورهای محرک، این فرایند را تسهیل یا تضعیف می‌کنند.

در میان عواملی که می‌توانند به‌عنوان موتور محرک عملکرد سازمانی عمل کنند، «سرمایه اجتماعی[6]» جایگاهی منحصربه‌فرد یافته است. سرمایه‌ای که نه در ترازنامه‌های مالی، بلکه در لابه‌لای شبکه‌های روابط، اعتماد متقابل و هنجارهای همکاری میان اعضای سازمان نهفته است. بارون[7] و همکاران (۲۰۲۳) در کاوش انتقادی خود، سرمایه اجتماعی را به‌عنوان منبعی پویا معرفی می‌کنند که نه تنها از روابط اجتماعی نشئت می‌گیرد، بلکه خود نیز ساختار این روابط را بازتولید می‌کند. بانکستون[8] (۲۰۲۲) با رویکردی بازاندیشانه، بر این نکته انگشت می‌گذارد که سرمایه اجتماعی بیش از آنکه یک دارایی فردی باشد، پدیده‌ای جمعی و زمینه‌مند است که در بستر شبکه‌های اجتماعی

[1] Organizational Performance
[2] Richard
[3] Kaplan & Norton
[4] Neely
[5] Lebas & Euske
[6] Social Capital
[7] Baron
[8] Bankston

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

شکل می‌گیرد و معنا می‌یابد. کوک[1] (۲۰۲۲) نیز در مقدمه‌ای پیشرفته بر سرمایه اجتماعی، این مفهوم را در چهارچوب نظریه مبادله و شبکه‌های اجتماعی بسط می‌دهد و بر نقش آن به‌عنوان تسهیل‌گر کنش‌های جمعی تأکید می‌کند. هالپرن[2] (۲۰۲۱) نیز با نگاهی جامع‌نگر، نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی، فارغ از سطح تحلیل (فردی، گروهی یا جامعه)، پیامدهای مستقیمی برای کارایی، نوآوری و انسجام سازمانی دارد. با این وصف، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک «چسب» نامرئی، می‌تواند شکاف‌های ارتباطی را پر کند و بستری برای هم‌افزایی و خلق ارزش فراهم آورد؛ اما این پرسش باقی می‌ماند که این سرمایه ارزش‌آفرین، چگونه و از چه مسیری می‌تواند به ارتقای عملکرد سازمانی بینجامد.

پاسخ به این پرسش، ما را به مفهوم «کارآفرینی سازمانی[3]» به‌عنوان حلقه گم‌شده‌ای در این زنجیره علی می‌رساند. کارآفرینی سازمانی، فرایندی است که طی آن سازمان‌ها با بهره‌گیری از فرصت‌های نوین، به خلق محصولات، خدمات یا فرایندهای جدید دست می‌زنند و بدین‌ترتیب، روحیه نوآوری و ریسک‌پذیری را در کالبد خود جاری می‌سازند. برنز[4] (۲۰۲۵) در جدیدترین ویرایش اثر خود، کارآفرینی سازمانی را نه یک فعالیت حاشیه‌ای، بلکه هسته مرکزی استراتژی بقا در عصر آشوب معرفی می‌کند. هیزریچ و کرنی[5] (۲۰۲۱) نیز بر این باورند که پرورش روحیه کارآفرینانه در سراسر سازمان، مستلزم دگرگونی در ساختارها، فرایندها و فرهنگ سازمانی است. دیکینز و اسکات[6] (۲۰۲۱) در رویکردی معاصر و جهانی، کارآفرینی را پدیده‌ای چندلایه می‌دانند که هم از بستر محیطی تأثیر می‌پذیرد و هم بر آن تأثیر می‌گذارد. فقیه و فروهرفر (۱۴۰۱) نیز با تمرکز بر کارآفرینی استراتژیک، نشان می‌دهند که پیوند کارآفرینی با نگاه راهبردی، می‌تواند منشأ تحولات بنیادین در سازمان‌ها باشد. کارآفرینی سازمانی، جوهره پویایی و نوآوری است و سازمانی که فاقد این روحیه باشد، حتی با وجود سرمایه‌های اجتماعی غنی، در استفاده از آن سرمایه‌ها برای خلق ارزشِ نوآورانه ناتوان خواهد ماند.

در این میان، نقشی که «سبک رهبری تحول‌آفرین[7]» در شکل‌دهی و جهت‌دهی به این روابط ایفا می‌کند، از اهمیت مضاعفی برخوردار است. رهبری تحول‌آفرین، با الهام‌بخشی، ترغیب ذهنی و توجه فردی، می‌تواند بستری را

[1] Cook
[2] Halpern
[3] Corporate Entrepreneurship
[4] Burns
[5] Hisrich & Kearney
[6] Deakins & Scott
[7] Transformational Leadership

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

فراهم آورد که در آن، هم سرمایه اجتماعی شکوفا شود و هم کارآفرینی سازمانی به‌عنوان یک هنجار نهادینه گردد. گیگلیوتی[1] (۲۰۲۱) با صورتبندی جامعی از رهبری تحول‌آفرین، آن را نیروی محرکه تغییرات بنیادین در سازمان‌ها معرفی می‌کند. ریجیو[2] (۲۰۲۰) نیز با واکاوی مؤلفه‌های این سبک رهبری، نشان می‌دهد که رهبران تحول‌آفرین چگونه با رفتارهای خود، انگیزه و تعهد پیروان را برمی‌انگیزند. خواندل وال[3] (۲۰۲۱) در کار خود، کاربست این سبک رهبری را در صنعت بانکداری به تصویر کشیده و نشان داده است که حتی در صنایع سنتی نیز رهبری تحول‌آفرین می‌تواند موتور نوآوری باشد. آوُلیو و بس[4] (۲۰۲۲) نیز با بسط مدل کامل رهبری، بر قابلیت‌های این سبک در توسعه پتانسیل‌های فردی و سازمانی تأکید کرده‌اند. رهبری تحول‌آفرین، همچون معماری است که طرح کلی بنا را ترسیم می‌کند؛ بدون وجود چنین معماری، حتی مرغوب‌ترین مصالح (سرمایه اجتماعی) و ماهرترین کارگران (کارآفرینان سازمانی) نیز نمی‌توانند بنایی استوار و کارآمد خلق کنند.

ارتباط میان کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی، اگرچه در ادبیات مدیریت به‌وفور مورد بررسی قرار گرفته، اما ماهیت این رابطه و به‌ویژه نقش متغیرهای مداخله‌گر و تعدیل‌گر در آن، همچنان در هاله‌ای از ابهام باقی مانده است. پژوهش‌های متعددی در ایران به بررسی ابعاد مختلف کارآفرینی سازمانی پرداخته‌اند. برای نمونه، تیموری و همکاران (۱۳۹۶) به رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی اشاره کرده‌اند. قهرمانی و همکاران (۱۳۸۹) نیز فرهنگ سازمانی را به‌عنوان عاملی مرتبط با کارآفرینی سازمانی مورد کاوش قرار داده‌اند. در سوی دیگر، نوه‌ابراهیم و یوسفی (۱۳۹۵) به عوامل مؤثر بر سکوت سازمانی به‌عنوان مانعی در مسیر کارآفرینی سازمانی پرداخته‌اند و رضایی و همکاران (۱۳۹۴) تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کارآفرینی سازمانی را بررسی کرده‌اند. با وجود این تلاش‌ها، پیرایش و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با رویکردی جامع‌تر، به بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت‌های صنعتی استان زنجان پرداختند که خود گامی در جهت پر کردن خلأهای موجود بوده است. با این حال، همچنان پرسش‌های اساسی درباره‌ی مکانیسم‌های واسط و شرطی‌کننده در این رابطه، بی‌پاسخ مانده است.

[1] Gigliotti
[2] Riggio
[3] Khandelwal
[4] Avolio & Bass

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

سیف‌الهی و حسن‌زاده (۱۴۰۱) به بررسی تأثیر رهبری دانش بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی نوآوری سازمانی پرداختند و نشان دادند که کارآفرینی سازمانی خود معلول عواملی دیگر است. صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۵) در تبیین نقش سبک رهبری تحول‌آفرین در فرهنگ سازمانی کوشیدند و جزینی و نوائی (۱۳۹۲) بر تأثیر این سبک رهبری بر نوآوری سازمانی تأکید کردند. همچنین، رضایی‌منش و همکاران (۱۳۹۱) به رابطه رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی در کسب‌وکارهای کوچک پرداختند. شریعتی و همکاران (۱۳۹۶) نیز تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر صمیمیت سازمانی را مطالعه کردند و امیری و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی رابطه این سبک رهبری با رفتار شهروندی سازمانی پرداختند. در نهایت، گلرد و کنعانی کاشانی (۱۳۹۶) تأثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی راهبردی با نقش میانجی هوش سازمانی را بررسی نمودند. این پژوهش‌ها، هریک به‌نوبه‌ی خود، گوشه‌هایی از این پازل پیچیده را روشن ساخته‌اند، اما همچنان یکپارچگی لازم برای تبیین چگونگی تأثیرگذاری هم‌زمان سرمایه اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین بر رابطه میان کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی، وجود ندارد. شکاف علمی در این حوزه، نه در فقدان پژوهش درباره متغیرهای مذکور، بلکه در فقدان مدلی جامع و منسجم است که بتواند تعامل پیچیده میان این چهار متغیر را در یک بستر واحد به تصویر بکشد. از یک سو، نقش سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک بستر یا «محیط» برای رشد کارآفرینی سازمانی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از سوی دیگر، تأثیر تعدیل‌کننده سبک رهبری تحول‌آفرین بر این روابط، به‌ویژه در زمینه شرکت‌های صنعتی ایران، به‌ندرت در یک مدل واحد مورد آزمون قرار گرفته است. به‌عبارت دیگر، اگرچه می‌دانیم که کارآفرینی سازمانی می‌تواند عملکرد را بهبود بخشد، و نیز می‌دانیم که سرمایه اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین هریک به‌نحوی بر این فرایند مؤثرند، اما «چگونگی» تعامل این عوامل با یکدیگر و «شرایط مرزی» این تأثیرات، همچنان به‌درستی شناخته نشده است. این همان خلأ نظری و تجربی است که پژوهش حاضر درصدد پر کردن آن برآمده است.

تبیین این روابط پیچیده، صرفاً یک دغدغه آکادمیک نیست، بلکه پیامدهای عملی و راهبردی مهمی برای سازمان‌های صنعتی کشور، به‌ویژه در شرایط کنونی اقتصاد ایران، دارد. در فضایی که منابع مالی و فیزیکی محدود است، شناخت مسیرهایی که از طریق سرمایه‌های نرم‌افزاری مانند روابط اجتماعی و سبک رهبری، به بهره‌وری و نوآوری منجر می‌شوند، می‌تواند راهگشای مدیران و سیاست‌گذاران باشد. درک این نکته که کارآفرینی سازمانی به‌تنهایی نمی‌تواند موتور عملکرد باشد و وجود بستری از سرمایه اجتماعی و هدایت‌گری رهبرانی تحول‌آفرین برای ثمربخشی آن ضروری است، می‌تواند رویکردهای مدیریتی را از نسخه‌های صرفاً ساختاری به سمت

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

مداخلات فرهنگی و رهبری سوق دهد. از سوی دیگر، نادیده گرفتن این تعاملات پیچیده، می‌تواند منجر به اتلاف منابع، ناکارآمدی برنامه‌های توسعه کارآفرینی و در نهایت، تداوم عملکردهای پایین‌تر از حد انتظار در صنایع کشور شود.

با این اوصاف، اهمیت پژوهش حاضر در آن است که می‌کوشد با ترسیم نقشه‌ای روشن‌تر از این قلمروی ناشناخته، به مدیران صنایع نشان دهد که برای دستیابی به عملکردی پایدار، باید به‌طور هم‌زمان به سه عرصه توجه کنند: پرورش روحیه کارآفرینانه، تقویت شبکه‌های سرمایه اجتماعی، و اتخاذ سبک رهبری الهام‌بخش و تحول‌آفرین. این پژوهش همچنین می‌تواند برای سیاست‌گذاران صنعتی کشور، حاوی این پیام باشد که حمایت از کارآفرینی سازمانی، بدون توجه به بستر اجتماعی و سبک رهبری حاکم بر سازمان‌ها، راه به جایی نخواهد برد و سرمایه‌گذاری در این حوزه‌ها باید به‌گونه‌ای نظام‌مند و هماهنگ صورت پذیرد.

با وجود پژوهش‌های متعدد در حوزه هر یک از متغیرهای مذکور، آنچه تاکنون کمتر مورد توجه قرار گرفته، بررسی هم‌زمان کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین در قالب یک مدل علی با هدف تبیین عملکرد سازمانی است. در واقع، در حالی که پژوهش‌های پیشین عمدتاً به بررسی روابط دو یا سه‌گانه میان این متغیرها پرداخته‌اند، مدلی که بتواند نقش میانجی سرمایه اجتماعی در ارتباط بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد و نیز نقش تعدیل‌گر رهبری تحول‌آفرین بر این میانجی‌گری را به‌طور هم‌زمان آزمون کند، در ادبیات داخلی به‌ندرت یافت می‌شود. این پژوهش می‌کوشد تا با پر کردن این خلأ، به این پرسش اساسی پاسخ دهد که آیا سرمایه اجتماعی می‌تواند به‌عنوان مکانیسمی که از طریق آن، کارآفرینی سازمانی به عملکرد بهتر منجر می‌شود، عمل کند و آیا این مکانیسم تحت تأثیر سطح رهبری تحول‌آفرین در سازمان، تشدید یا تضعیف می‌شود.

بنابراین، پرسش اصلی که این پژوهش در پی پاسخ به آن است، به این صورت صورتبندی می‌شود که تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی از طریق نقش میانجی سرمایه اجتماعی و با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گر سبک رهبری تحول‌آفرین، در شرکت‌های صنعتی استان اصفهان چگونه قابل تبیین است؟ پاسخ به این پرسش، می‌تواند نه تنها به غنای ادبیات نظری این حوزه بیفزاید، بلکه چراغ راهی برای مدیران صنعتی باشد تا با شناختی عمیق‌تر از مکانیسم‌های نهفته در عملکرد سازمانی، گام‌های مؤثرتری در مسیر تعالی سازمانی بردارند.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی از نوع علی-همبستگی بود که با رویکرد کمی و به‌صورت پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان شرکت‌های صنعتی اصفهان تشکیل می‌دادند که به‌دلیل گستردگی و پراکندگی جغرافیایی، فهرست دقیقی از آن‌ها در دسترس نبود. بنابراین، با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود، حجم نمونه‌ای معادل ۳۸۴ نفر برآورد گردید. برای افزایش اطمینان از بازگشت پرسشنامه‌های کامل و قابل استفاده، تعداد ۴۵۰ پرسشنامه به‌صورت تصادفی ساده میان کارکنان شاغل در واحدهای مختلف این شرکت‌ها توزیع شد. از میان پرسشنامه‌های توزیع‌شده، ۴۰۸ نسخه عودت داده شد و پس از حذف ۲۴ پرسشنامه ناقص یا مخدوش، در نهایت ۳۸۴ پرسشنامه به‌عنوان حجم نمونه نهایی برای تحلیل آماری مورد استفاده قرار گرفت که نرخ بازگشت مؤثر معادل ۳/۸۵ درصد را نشان می‌داد. برای سنجش متغیرهای پژوهش، از چهار پرسشنامه استاندارد استفاده شد که هر یک در پژوهش‌های پیشین در داخل و خارج از ایران روایی و پایایی خود را به‌اثبات رسانده بودند. به‌منظور اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی، پرسشنامه هیل[1] (۱۹۹۶) که شامل ۴۸ گویه و شش بعد افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف سازمان، وضعیت پاداش، رهبری کارآفرینانه و فرهنگ کارآفرینانه بود، به‌کار گرفته شد. این پرسشنامه در پژوهش محمدی (۱۳۹۷) در جامعه ایرانی اعتباریابی شده بود و ضریب آلفای کرونباخ آن در آن مطالعه ۸۸/۰ گزارش گردید. برای سنجش عملکرد سازمانی، از پرسشنامه هرسی و گلداسمیت[2] (۱۹۸۰) با ۴۲ گویه و هفت مؤلفه توانایی، وضوح، کمک، مشوق، ارزیابی، اعتبار و محیط استفاده شد. همچنین، سرمایه اجتماعی با بهره‌گیری از پرسشنامه ناهاپیت و گوشال[3] (۱۹۹۸) شامل ۲۸ گویه و هفت بعد شبکه‌ها، اعتماد، همکاری، فهم متقابل، روابط، ارزش‌ها و تعهد اندازه‌گیری گردید. در نهایت، سبک رهبری تحول‌آفرین با استفاده از پرسشنامه دوستدار و همکاران (۱۳۹۵) که دارای ۲۰ گویه و چهار بعد نفوذ آرمانی، انگیزش آرمانی، ترغیب ذهنی و ملاحظات فردی بود، ارزیابی شد. تمامی پرسشنامه‌ها بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از «خیلی کم» تا «خیلی زیاد» یا از «خیلی مخالفم» تا «خیلی موافقم») نمره‌گذاری شدند.

---

[1] Hill
[2] Hersey & Goldsmith
[3] Nahapiet & Ghoshal

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

به‌منظور بررسی روایی ابزارهای پژوهش، از دو روش روایی محتوا و روایی سازه استفاده شد. روایی محتوایی پرسشنامه‌ها از طریق نظرخواهی از شش نفر از اساتید مدیریت و متخصصان حوزه رفتار سازمانی تأیید گردید و اصلاحات لازم در نگارش و بومی‌سازی گویه‌ها اعمال شد. همچنین، برای تأیید روایی سازه، تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس[1] انجام گرفت که نتایج آن نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل‌های اندازه‌گیری برای هر چهار متغیر بود و بارهای عاملی همه گویه‌ها بالاتر از ۵۰/۰ و معنادار در سطح ۰۵/۰ گزارش شد. برای سنجش پایایی ابزارها، ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از پرسشنامه‌ها محاسبه گردید. میزان این ضریب برای پرسشنامه کارآفرینی سازمانی ۸۸/۰، برای عملکرد سازمانی ۸۵/۰، برای سرمایه اجتماعی ۸۲/۰ و برای رهبری تحول‌آفرین ۸۷/۰ به‌دست آمد که همگی حاکی از پایایی قابل قبول و بالاتر از حد آستانه ۷۰/۰ بودند. به‌علاوه، برای سنجش پایایی ترکیبی نیز مقادیر به‌دست‌آمده برای تمامی متغیرها بالاتر از ۷۰/۰ بود که بیانگر همسانی درونی مطلوب گویه‌های هر سازه می‌باشد.

پس از اخذ مجوزهای لازم از مدیریت شرکت‌های صنعتی مورد مطالعه و اطمینان از محرمانه بودن اطلاعات شخصی پاسخ‌دهندگان، پرسشنامه‌ها در بازه زمانی سه‌ماهه (از ابتدای مهر تا پایان آذر ۱۴۰۲) به‌صورت حضوری و از طریق مراجعه مستقیم به واحدهای مختلف تولیدی و اداری توزیع و جمع‌آوری شدند. به‌منظور کاهش سوگیری پاسخ‌دهی، ترتیب گویه‌های پرسشنامه‌ها به‌گونه‌ای تغییر داده شد که گویه‌های مربوط به هر سازه به‌صورت یکجا قرار نگیرند و همچنین از پاسخ‌دهندگان خواسته شد تا با دقت و بدون عجله به سوالات پاسخ دهند. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس[2] نسخه ۲۶ برای آمار توصیفی و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس نسخه ۳ برای آمار استنباطی و آزمون فرضیه‌ها از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی[3] تحلیل شدند. پیش از انجام تحلیل‌های اصلی، مفروضه‌های نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و همچنین مفروضه‌های خطی بودن، هم‌خطی چندگانه و استقلال خطاها بررسی و تأیید شدند.

[1] Smart PLS
[2] SPSS
[3] PLS-SEM

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

یافته‌ها

پس از تأیید روایی و پایایی ابزارها و اطمینان از کفایت حجم نمونه، داده‌های حاصل از ۳۸۴ پرسشنامه معتبر وارد مرحله تحلیل توصیفی و استنباطی شدند. در گام نخست، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان بررسی گردید. یافته‌ها نشان داد که ۶۲ درصد از مشارکت‌کنندگان مرد و ۳۸ درصد زن بودند. از نظر توزیع سنی، بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۵ تا ۴۴ سال با ۴۱ درصد بود و پس از آن، گروه‌های ۲۵ تا ۳۴ سال با ۳۲ درصد، ۴۵ تا ۵۴ سال با ۱۹ درصد و بالای ۵۵ سال با ۸ درصد قرار گرفتند. در بخش تحصیلات، ۴۶ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۳۴ درصد کارشناسی ارشد، ۱۵ درصد دیپلم و فوق‌دیپلم و ۵ درصد دارای مدرک دکتری بودند. همچنین، سابقه کار نشان داد که ۳۷ درصد پاسخ‌دهندگان بین ۵ تا ۱۰ سال، ۲۹ درصد بین ۱۱ تا ۲۰ سال، ۲۱ درصد کمتر از ۵ سال و ۱۳ درصد بیش از ۲۰ سال سابقه کاری داشتند.

در ادامه، شاخص‌های توصیفی متغیرهای اصلی شامل میانگین و انحراف معیار محاسبه گردید. جدول شماره ۱ این شاخص‌ها را به‌همراه تعداد گویه‌ها و دامنه نمرات ممکن برای هر متغیر نمایش می‌دهد. مطابق با جدول ۱، بالاترین میانگین مربوط به سرمایه‌اجتماعی با مقدار ۳.۸۴ و پایین‌ترین میانگین مربوط به کارآفرینی سازمانی با مقدار ۳.۴۲ بوده است. انحراف معیارها نیز دامنه‌ای بین ۰.۵۸ تا ۰.۶۵ را نشان می‌دهد که بیانگر پراکندگی نسبتاً متجانس داده‌هاست.

جدول ۱- شاخص‌های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر	تعداد گویه‌ها	دامنه نمرات	میانگین	انحراف معیار
کارآفرینی سازمانی	۴۸	۲۴۰–۴۸	۳.۴۲	۰.۶۵
سرمایه‌اجتماعی	۲۸	۱۴۰–۲۸	۳.۸۴	۰.۵۸
رهبری تحول‌آفرین	۲۰	۱۰۰–۲۰	۳.۷۱	۰.۶۲
عملکرد سازمانی	۴۲	۲۱۰–۴۲	۳.۵۶	۰.۶۰

به‌منظور واکاوی عمیق‌تر، وضعیت هر یک از ابعاد متغیرها نیز به‌صورت مجزا بررسی شد. جدول شماره ۲، شاخص‌های توصیفی تمام ابعاد چهار متغیر پژوهش را به‌صورت فشرده و منسجم ارائه می‌دهد. بر اساس این جدول، در میان ابعاد کارآفرینی سازمانی، بعد فرهنگ کارآفرینانه با میانگین ۳.۶۸ بالاترین و بعد وضعیت پاداش با میانگین ۳.۱۵ پایین‌ترین نمره را داشتند. در سرمایه‌اجتماعی، بعد اعتماد با میانگین ۴.۰۲ و بعد ارزش‌ها با میانگین ۳.۶۵ به‌ترتیب بیشترین و کمترین میانگین را به خود اختصاص دادند. در رهبری تحول‌آفرین، بعد انگیزش

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

آرمانی با ۳.۸۹ و بعد ملاحظات فردی با ۳.۴۸ بالاترین و پایین‌ترین مقادیر را نشان دادند. همچنین در عملکرد سازمانی، بعد وضوح با ۳.۹۲ بالاترین و بعد محیط با ۳.۱۸ پایین‌ترین میانگین را داشتند.

جدول ۲- شاخص‌های توصیفی ابعاد متغیرهای پژوهش

متغیر	ابعاد	میانگین	انحراف معیار
کارآفرینی سازمانی	افعال سازمانی	۳.۳۵	۰.۷۱
	نگرش فردی	۳.۴۲	۰.۶۸
	انعطاف سازمان	۳.۲۸	۰.۷۳
	وضعیت پاداش	۳.۱۵	۰.۷۷
	رهبری کارآفرینانه	۳.۵۴	۰.۶۴
	فرهنگ کارآفرینانه	۳.۶۸	۰.۶۱
سرمایه‌اجتماعی	شبکه‌ها	۳.۷۸	۰.۶۲
	اعتماد	۴.۰۲	۰.۵۴
	همکاری	۳.۸۵	۰.۵۹
	فهم متقابل	۳.۸۱	۰.۶۱
	روابط	۳.۷۵	۰.۶۳
	ارزش‌ها	۳.۶۵	۰.۶۷
	تعهد	۳.۹۲	۰.۵۵
رهبری تحول‌آفرین	نفوذ آرمانی	۳.۷۶	۰.۶۳
	انگیزش آرمانی	۳.۸۹	۰.۵۷
	ترغیب ذهنی	۳.۶۷	۰.۶۵
	ملاحظات فردی	۳.۴۸	۰.۶۹
عملکرد سازمانی	توانایی	۳.۵۸	۰.۶۴
	وضوح	۳.۹۲	۰.۵۵
	کمک	۳.۴۵	۰.۶۸
	مشوق	۳.۳۲	۰.۷۲
	ارزیابی	۳.۶۱	۰.۶۳
	اعتبار	۳.۷۳	۰.۵۹
	محیط	۳.۱۸	۰.۷۶

پس از بررسی شاخص‌های توصیفی، به‌منظور پاسخ به پرسش اصلی پژوهش، از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. پیش از اجرای مدل، مفروضه‌های نرمال بودن توزیع داده‌ها با آزمون

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

کلموگروف–اسمیرنوف، همچنین مفروضه‌های خطی بودن، هم‌خطی چندگانه و استقلال خطاها بررسی و تأیید شدند. جدول ۳، ضرایب مسیر، مقادیر تی و سطوح معناداری را برای روابط مستقیم و اثر تعدیل‌گری گزارش می‌کند. بر اساس جدول ۳، تمامی روابط مستقیم در سطح ۰.۰۱ معنادار بوده‌اند. همچنین، اثر تعاملی کارآفرینی سازمانی و رهبری تحول‌آفرین بر سرمایه‌اجتماعی با ضریب ۰.۲۴ و آماره تی برابر با ۵.۱۲ در سطح ۰.۰۱ معنادار است که نشان می‌دهد سبک رهبری تحول‌آفرین، رابطه بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه‌اجتماعی را به‌گونه‌ای تعدیل می‌کند که در سطوح بالاتر این سبک رهبری، شدت این رابطه افزایش می‌یابد.

جدول ۳- ضرایب مسیر، آماره تی و سطح معناداری روابط مستقیم و اثر تعدیل‌گری

رابطه	ضریب مسیر (β)	آماره تی	سطح معناداری (P)	نتیجه
کارآفرینی سازمانی ⟶ سرمایه‌اجتماعی	۰.۴۷	۹.۸۳	۰.۰۰۰	معنادار
سرمایه‌اجتماعی ⟶ عملکرد سازمانی	۰.۴۱	۸.۵۲	۰.۰۰۰	معنادار
کارآفرینی سازمانی ⟶ عملکرد سازمانی	۰.۱۹	۳.۸۴	۰.۰۰۰	معنادار
کارآفرینی سازمانی × رهبری تحول‌آفرین ⟶ سرمایه‌اجتماعی	۰.۲۴	۵.۱۲	۰.۰۰۰	معنادار

به‌منظور بررسی نقش میانجی سرمایه‌اجتماعی در رابطه بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی، از آزمون بوت‌استرپ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده شد. جدول شماره ۴، ضرایب تأثیر غیرمستقیم، خطای استاندارد، آماره t و سطح معناداری را برای این رابطه واسطه‌ای نشان می‌دهد. یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که تأثیر غیرمستقیم کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی از طریق سرمایه‌اجتماعی به‌میزان ۰.۱۹ برآورد شده و در سطح ۰.۰۱ معنادار است. این نتیجه حاکی از آن است که سرمایه‌اجتماعی نقش میانجی را در رابطه بین کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند. با توجه به معناداری هم‌زمان مسیر مستقیم و غیرمستقیم، این میانجی‌گری از نوع جزئی تلقی می‌شود.

جدول۴- نتایج آزمون نقش میانجی سرمایه‌اجتماعی

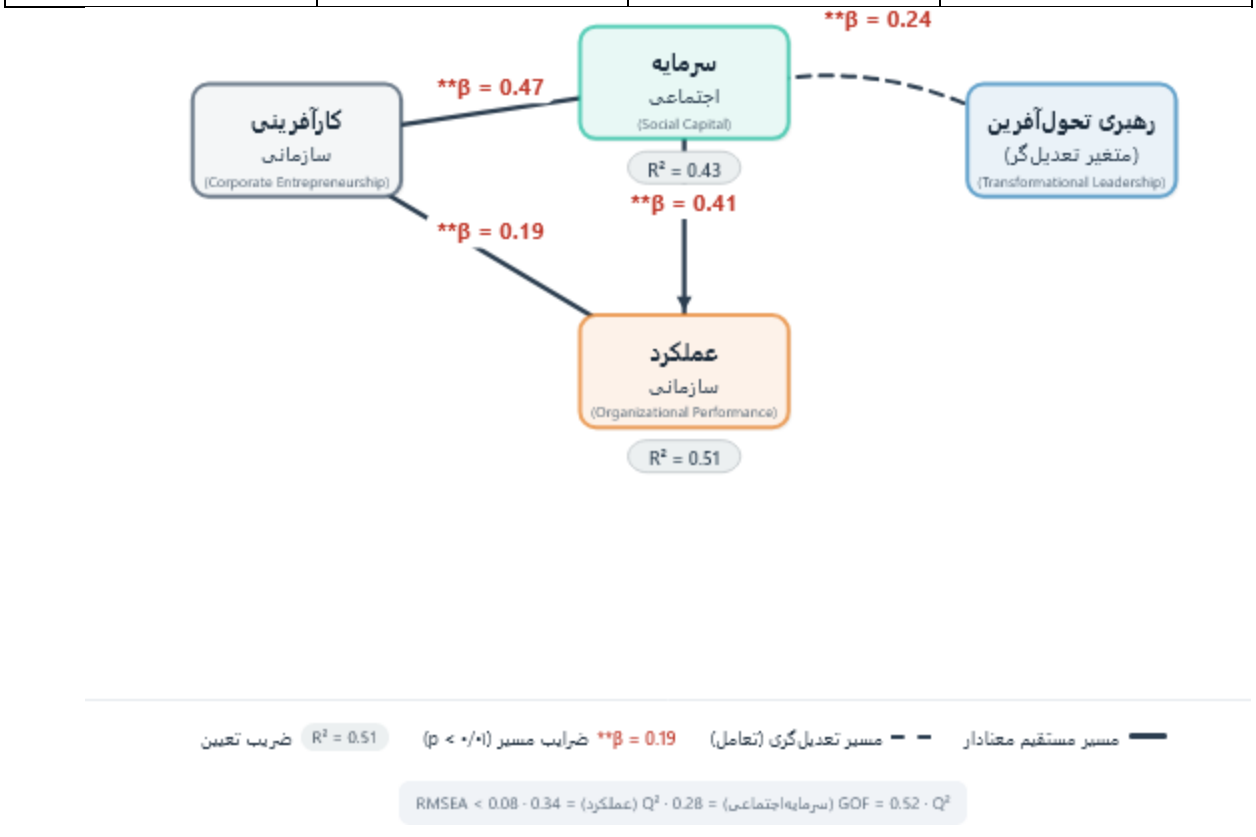
مسیر غیرمستقیم	ضریب تأثیر غیرمستقیم	خطای استاندارد	آماره تی	سطح معناداری (P)	نتیجه
کارآفرینی سازمانی ⟶ سرمایه‌اجتماعی ⟶ عملکرد سازمانی	۰.۱۹	۰.۰۴	۴.۷۵	۰.۰۰۰	معنادار

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

جدول شماره ۵، شاخص‌های برازش مدل ساختاری شامل ضریب تعیین ، شاخص نیکویی برازش و مقادیر Q^2 را برای ارزیابی کیفیت مدل پژوهشی ارائه می‌دهد. بر اساس جدول ۵، مقدار R^2 برای متغیر سرمایه‌اجتماعی برابر با ۰.۴۳ است که نشان‌دهنده تبیین ۴۳ درصد از واریانس این متغیر توسط کارآفرینی سازمانی و رهبری تحول‌آفرین می‌باشد. همچنین، R^2 برای متغیر عملکرد سازمانی به‌میزان ۰.۵۱ محاسبه شد که حاکی از تبیین ۵۱ درصد از واریانس عملکرد سازمانی توسط متغیرهای کارآفرینی سازمانی، سرمایه‌اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین است. مقدار Q^2 برای هر دو متغیر وابسته بزرگتر از صفر (۰.۲۸ برای سرمایه‌اجتماعی و ۰.۳۴ برای عملکرد سازمانی) به‌دست آمد که نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی مطلوب مدل است. همچنین، شاخص نیکویی برازش به‌میزان ۰.۵۲ محاسبه گردید که بالاتر از مقدار معیار ۰.۳۶ بوده و بنابراین برازش قوی مدل را تأیید می‌کند.

جدول ۵- شاخص‌های برازش مدل ساختاری

متغیر وابسته	R^2	Q^2	شاخص GOF
سرمایه‌اجتماعی	۰.۴۳	۰.۲۸	۰.۵۲
عملکرد سازمانی	۰.۵۱	۰.۳۴	–



شکل ۱- مدل نهایی پژوهش

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

یافته‌های این بخش، وجود یک مدل علی را تأیید می‌کند که در آن، کارآفرینی سازمانی هم به‌صورت مستقیم و هم از طریق سرمایه‌اجتماعی بر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد و سبک رهبری تحول‌آفرین به‌عنوان عامل تعدیل‌گر، شدت رابطه بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه‌اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نتایج پاسخی جامع به پرسش اصلی پژوهش ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که تبیین عملکرد سازمانی در شرکت‌های صنعتی استان اصفهان، بدون در نظر گرفتن هم‌زمان کارآفرینی سازمانی، سرمایه‌اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین، ناقص خواهد بود.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف تبیین تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی از طریق نقش میانجی سرمایه اجتماعی و با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گر سبک رهبری تحول‌آفرین در شرکت‌های صنعتی استان اصفهان صورت گرفت. یافته‌های این پژوهش، پاسخی تحلیلی به پرسشی بنیادین درباره مکانیسم‌های نهفته در خلق عملکرد سازمانی ارائه می‌دهد. در جهانی که سازمان‌ها با تلاطمی بی‌سابقه مواجهند، شناخت مسیرهایی که از دل نرم‌افزارهای سازمانی به نتایج ملموس و پایدار می‌انجامند، دیگر یک مزیت رقابتی نیست، بلکه شرط بقا به شمار می‌آید. آنچه این پژوهش را از بسیاری از تلاش‌های پیشین متمایز می‌سازد، نگاه هم‌زمان به سه لایه حیاتی در پیکره سازمان‌هاست: لایه رفتاری-فرهنگی (کارآفرینی سازمانی)، لایه ارتباطی-اجتماعی (سرمایه اجتماعی)، و لایه رهبری-معنایی (سبک رهبری تحول‌آفرین). این سه لایه، نه به‌عنوان متغیرهای منفرد، بلکه به‌مثابه اضلاع یک مثلث استراتژیک در نظر گرفته شده‌اند که عملکرد سازمانی، محصول تعامل پویای آن‌هاست.

نخستین یافته برجسته این پژوهش، تأثیر مثبت و معنادار کارآفرینی سازمانی بر عملکرد سازمانی است. این یافته، همسو با دیدگاه برنز (۲۰۲۵) قرار می‌گیرد که کارآفرینی سازمانی را هسته مرکزی استراتژی بقا در عصر آشوب معرفی می‌کند. همچنین، هیزریچ و کرنی (۲۰۲۱) با تأکید بر پرورش روحیه کارآفرینانه در سراسر سازمان، بر این نکته صحه می‌گذارند که سازمان‌های صنعتی اصفهان، با اتکا به رفتارهای کارآفرینانه، توانسته‌اند گام‌هایی در جهت ارتقای عملکرد خود بردارند. با این حال، آنچه از ضریب ۱۹/۰ برای مسیر مستقیم برمی‌آید، حاکی از آن است که این تأثیر، هرچند معنادار، از شدت چندانی برخوردار نیست و به‌تنهایی نمی‌تواند موتور محرک اصلی عملکرد باشد. این مشاهده، پرسش‌هایی را درباره وجود متغیرهای مداخله‌گر یا شرایط مرزی که شدت این رابطه

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

را تحت تأثیر قرار می‌دهند، برمی‌انگیزد. دیکینز و اسکات (۲۰۲۱) نیز با نگاه چندلایه به کارآفرینی، بر این نکته تأکید دارند که اثربخشی کارآفرینی، شدیداً به بستر محیطی و زمینه‌ای وابسته است که در آن شکل می‌گیرد و این امر، ضرورت بررسی نقش متغیرهای میانجی را دوچندان می‌کند.

در این میان، نقش میانجی سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش ظاهر می‌شود. سرمایه اجتماعی با ضریب تأثیر غیرمستقیم ۱۹/۰، بخش قابل‌توجهی از تأثیر کارآفرینی سازمانی بر عملکرد را به خود اختصاص داده است. این یافته، به‌خوبی با استدلال بارون و همکاران (۲۰۲۳) هماهنگ است که سرمایه اجتماعی را منبعی پویا و بازتولیدشونده معرفی می‌کنند؛ منبعی که از روابط اجتماعی نشئت می‌گیرد و خود نیز ساختار آن روابط را شکل می‌دهد. در واقع، کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های صنعتی اصفهان، هنگامی که با شبکه‌های غنی از اعتماد، همکاری و تعهد همراه می‌شود، به‌مراتب مؤثرتر از زمانی است که در خلأ اجتماعی رخ دهد. بانکستون (۲۰۲۲) با رویکرد بازاندیشانه خود، این نکته را بسط می‌دهد که سرمایه اجتماعی پدیده‌ای جمعی و زمینه‌مند است و نه یک دارایی فردی؛ از این‌رو، کارآفرینی که در بستری از سرمایه اجتماعی قوی شکل می‌گیرد، به‌عنوان یک کنش جمعی، قابلیت تبدیل شدن به عملکرد سازمانی پایدار را خواهد داشت. کوک (۲۰۲۲) نیز این مفهوم را در چهارچوب نظریه مبادله و شبکه‌های اجتماعی بسط می‌دهد و بر نقش تسهیل‌گری سرمایه اجتماعی در کنش‌های جمعی تأکید می‌کند، که دقیقاً با نقش میانجی‌گری مشاهده‌شده در این پژوهش همخوانی دارد.

نکته قابل‌تأمل دیگر، مقایسه ضرایب مسیر مستقیم و غیرمستقیم است. مسیر مستقیم کارآفرینی سازمانی بر عملکرد (۱۹/۰) و مسیر غیرمستقیم از طریق سرمایه اجتماعی (۱۹/۰) هر دو از یک قدرت برخوردارند. این هم‌ارزیِ جالب، نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی، به‌اندازه خود کارآفرینی سازمانی، در تبیین عملکرد نقش دارد. به‌عبارت دیگر، برای درک کامل تأثیر کارآفرینی بر عملکرد، نمی‌توان از این مسیر واسطه‌ای غافل شد. هالپرن (۲۰۲۱) با نگاهی جامع‌نگر، پیامدهای مستقیم سرمایه اجتماعی را بر کارایی، نوآوری و انسجام سازمانی برمی‌شمارد و پژوهش حاضر، این پیامدها را در قالب نقش میانجی، به‌صورت تجربی به تصویر کشیده است. در ادبیات داخلی، رضایی‌منش و همکاران (۱۳۹۱) به رابطه رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی در کسب‌وکارهای کوچک پرداختند، اما پژوهش حاضر فراتر رفته و نقش سرمایه اجتماعی را به‌عنوان یک متغیر میانجی در زنجیره علی کارآفرینی-عملکرد قرار داده است که خود گامی در جهت پر کردن خلأ موجود در ادبیات داخلی محسوب می‌شود.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

اما شاید مهم‌ترین و بدیع‌ترین یافته این پژوهش، نقش تعدیل‌گر سبک رهبری تحول‌آفرین بر رابطه بین کارآفرینی سازمانی و سرمایه اجتماعی باشد. ضریب تعاملی ۲۴/۰ و معناداری آن در سطح ۰۱/۰، این واقعیت را آشکار می‌سازد که حضور رهبرانی با ویژگی‌های تحول‌آفرین، نه تنها رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی را تقویت می‌کند، بلکه به‌نوعی «شرط مرزی» برای اثربخشی این رابطه محسوب می‌شود. این یافته، با صورتبندی گیگلیوتی (۲۰۲۱) از رهبری تحول‌آفرین به‌عنوان نیروی محرکه تغییرات بنیادین، همسویی عمیقی دارد. ریجیو (۲۰۲۰) با واکاوی مؤلفه‌های این سبک، نشان می‌دهد که چگونه رهبران تحول‌آفرین با رفتارهای الهام‌بخش خود، انگیزه و تعهد پیروان را برمی‌انگیزند؛ این همان مکانیسمی است که در شرکت‌های صنعتی اصفهان، به تقویت شبکه‌های سرمایه اجتماعی در بستر کارآفرینی سازمانی انجامیده است. در ادبیات داخلی، صمدی میارکلایی و همکاران (۱۳۹۵) به تبیین نقش سبک رهبری تحول‌آفرین در فرهنگ سازمانی پرداختند و جزینی و نوائی (۱۳۹۲) بر تأثیر آن بر نوآوری سازمانی تأکید کردند، اما پژوهش حاضر، این سبک رهبری را در یک نقش تعدیل‌گر و به‌ویژه در رابطه کارآفرینی و سرمایه اجتماعی به‌کار گرفته است که نوآوری نظری مهمی به شمار می‌آید.

خواندل وال (۲۰۲۱) در پژوهشی در صنعت بانکداری نشان داد که رهبری تحول‌آفرین حتی در صنایع سنتی می‌تواند موتور نوآوری باشد. پژوهش حاضر، این یافته را به حوزه صنایع تولیدی ایران تسری داده و نشان داده است که در شرکت‌های صنعتی اصفهان نیز، رهبری تحول‌آفرین می‌تواند به‌عنوان یک کاتالیزور، اثر کارآفرینی سازمانی بر سرمایه اجتماعی را تشدید کند. آوُلیو و بس (۲۰۲۲) با بسط مدل کامل رهبری، بر قابلیت‌های این سبک در توسعه پتانسیل‌های فردی و سازمانی تأکید دارند؛ این توسعه پتانسیل، دقیقاً همان چیزی است که در قالب تقویت سرمایه اجتماعی در حضور رهبران تحول‌آفرین مشاهده شده است. به‌عبارت دیگر، رهبر تحول‌آفرین، با ایجاد فضای اعتماد و امنیت روانی، بستری فراهم می‌آورد که کارآفرینی سازمانی بتواند شبکه‌های اجتماعی را غنی‌تر سازد و این غنای شبکه، به‌نوبه خود، به عملکرد بهتر سازمانی منجر شود. این یافته، درک ما را از «چگونگی» و «شرایط مرزی» تأثیر کارآفرینی بر عملکرد، به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای عمیق‌تر کرده است.

مقایسه این یافته‌ها با پژوهش‌های پیشین داخلی، نشان‌دهنده هم‌سویی و در عین حال، گام‌های فراتر از آن‌هاست. پیرایش و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت‌گیری کارآفرینی بر عملکرد با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت‌های صنعتی استان زنجان پرداختند. پژوهش حاضر، با اضافه کردن سرمایه اجتماعی به‌عنوان میانجی و رهبری تحول‌آفرین به‌عنوان تعدیل‌گر، مدلی جامع‌تر ارائه داده است. سیف‌الهی و

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

حسن‌زاده (۱۴۰۱) نیز نقش میانجی نوآوری سازمانی را در رابطه رهبری دانش و کارآفرینی سازمانی بررسی کردند، اما پژوهش حاضر نشان داده است که سرمایه اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین، مکانیسمی متفاوت و البته مکمل برای تبیین عملکرد ارائه می‌دهند. گلرد و کنعانی کاشانی (۱۳۹۶) نیز تأثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی راهبردی را بررسی کردند؛ یافته‌های پژوهش حاضر، با تأکید بر سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از ابعاد سرمایه فکری، این خط پژوهشی را بسط داده است. همچنین، رضایی‌منش و همکاران (۱۳۹۱) رابطه رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی را در کسب‌وکارهای کوچک نشان دادند، اما پژوهش حاضر این رابطه را در قالب یک مدل تعدیل‌گری و در بستر کارآفرینی سازمانی، با رویکردی جامع‌تر به تصویر کشیده است. شریعتی و همکاران (۱۳۹۶) و امیری و همکاران (۱۴۰۰) نیز تأثیر رهبری تحول‌آفرین را بر صمیمیت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی بررسی کردند که همگی با یافته‌های پژوهش حاضر در باب تأثیر مثبت این سبک رهبری بر متغیرهای اجتماعی و رفتاری همسو هستند.

از منظر نظری، این پژوهش با تلفیق سه جریان فکری یعنی نظریه کارآفرینی سازمانی، نظریه سرمایه اجتماعی و نظریه رهبری تحول‌آفرین، گامی در جهت ساختن پلی میان این حوزه‌ها برداشته است. در حالی که هر یک از این نظریه‌ها به‌تنهایی، بخشی از واقعیت سازمانی را تبیین می‌کنند، پژوهش حاضر نشان داده است که در هم‌آمیزی این سه نظریه، قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری نهفته است. فقیه و فروهرفر (۱۴۰۱) با تمرکز بر کارآفرینی استراتژیک، نشان داده‌اند که پیوند کارآفرینی با نگاه راهبردی می‌تواند منشأ تحولات بنیادین باشد. پژوهش حاضر، با نشان دادن نقش سرمایه اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین، به این دیدگاه راهبردی، عمق بخشیده و نشان داده است که تحول بنیادین، تنها با کارآفرینی محقق نمی‌شود، بلکه نیازمند بستر اجتماعی و رهبری الهام‌بخش نیز هست. این یافته، به‌ویژه در شرایط کنونی اقتصاد ایران که سازمان‌های صنعتی با محدودیت‌های متعددی مواجهند، حاوی پیام مهمی است: سرمایه‌گذاری صرف بر روی کارآفرینی سازمانی، بدون توجه به زیرساخت‌های اجتماعی و سبک رهبری، نمی‌تواند به نتایج مطلوب عملکردی منجر شود.

از حیث عملی، این پژوهش به مدیران شرکت‌های صنعتی اصفهان نشان می‌دهد که اگر به دنبال ارتقای عملکرد سازمانی هستند، نباید تنها بر تشویق رفتارهای کارآفرینانه متمرکز شوند؛ بلکه باید هم‌زمان به دو عرصه دیگر نیز توجه کنند: نخست، سرمایه اجتماعی که از طریق تقویت شبکه‌های اعتماد، همکاری و تعهد میان کارکنان قابل توسعه است و دوم، سبک رهبری تحول‌آفرین که با الهام‌بخشی، ترغیب ذهنی و توجه فردی، می‌تواند بستری

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

برای شکوفایی کارآفرینی و سرمایه اجتماعی فراهم آورد. به‌ویژه، ضریب تعدیل‌گری ۲۴/۰ نشان می‌دهد که در سازمان‌هایی که رهبری تحول‌آفرین قوی‌تری حاکم است، کارآفرینی سازمانی با شدت بیشتری به سرمایه اجتماعی منجر می‌شود. این یافته، به‌مدیران توصیه می‌کند که در برنامه‌های توسعه مدیریتی خود، بر پرورش مهارت‌های رهبری تحول‌آفرین، هم‌پای تشویق کارآفرینی، تأکید ویژه‌ای داشته باشند. علاوه بر این، میانگین بالای سرمایه اجتماعی (۳.۸۴) در میان شرکت‌های مورد مطالعه، نشان‌دهنده ظرفیت نسبتاً مطلوب این سازمان‌ها در زمینه روابط اجتماعی است که می‌تواند به‌عنوان یک نقطه قوت در برنامه‌های توسعه عملکرد مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

با این وجود، هر پژوهشی با محدودیت‌هایی مواجه است و این پژوهش نیز از این قاعده مستثنا نیست. ماهیت مقطعی و پیمایشی پژوهش، امکان استنتاج علیت قطعی را با چالش مواجه می‌سازد، هرچند که تلاش شد با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری و رویکرد علی-همبستگی، این محدودیت تا حد ممکن کاهش یابد. اتکا به داده‌های خودگزارشی از طریق پرسشنامه، همواره با سوگیری‌های احتمالی نظیر سوگیری اجتماعی-مطلوبیت یا سوگیری حافظه همراه است. همچنین، تمرکز پژوهش بر شرکت‌های صنعتی استان اصفهان، تعمیم‌پذیری نتایج را به سایر صنایع یا مناطق جغرافیایی محدود می‌سازد. فقدان بررسی متغیرهای کنترل جمعیت‌شناختی نظیر جنسیت، سن و تحصیلات در تحلیل‌های استنباطی، یکی دیگر از محدودیت‌های این پژوهش به‌شمار می‌آید که می‌توانست تصویر دقیق‌تری از روابط ارائه دهد. علاوه بر این، به‌دلیل گستردگی جامعه آماری و عدم دسترسی به فهرست جامع کارکنان، از نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌جای نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شد که می‌تواند بر دقت برآوردها تأثیرگذار باشد. همچنین، عدم بررسی متغیرهای مداخله‌گر یا تعدیل‌گر دیگر مانند فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی یا محیط رقابتی که می‌توانستند درک کامل‌تری از روابط ارائه دهند، به‌عنوان یک خلأ در این پژوهش قابل تأمل است.

پیشنهادهای پژوهشی برگرفته از این مطالعه، می‌تواند افق‌های جدیدی را در این حوزه بگشاید. انجام پژوهش‌های طولی برای بررسی پویایی روابط میان متغیرها در طول زمان، می‌تواند درک عمیق‌تری از ماهیت علی این روابط ارائه دهد. بررسی نقش متغیرهای تعدیل‌گر دیگری نظیر فرهنگ سازمانی، ساختار سازمانی، یا عدم‌اطمینان محیطی در مدل پژوهش حاضر، می‌تواند به غنای ادبیات این حوزه بیفزاید. همچنین، انجام پژوهش‌های کیفی نظیر مطالعه‌های موردی عمیق در شرکت‌های صنعتی، می‌تواند به کشف مکانیسم‌های پنهان در روابط میان این متغیرها کمک کند. پژوهش‌های تطبیقی میان صنایع مختلف (نظیر صنایع خدماتی در مقابل صنایع تولیدی) یا میان مناطق

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

مختلف ایران، می‌تواند به شناسایی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر این روابط یاری رساند. در نهایت، بسط مدل با ورود متغیرهای جدید نظیر نوآوری سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی یا هوش سازمانی، می‌تواند به ساخت مدل‌های جامع‌تری برای تبیین عملکرد سازمانی بیانجامد. در سطح کاربردی، به مدیران و سیاست‌گذاران صنعتی پیشنهاد می‌شود که ضمن طراحی سیستم‌های پاداش و حمایت از کارآفرینی، برنامه‌های توسعه رهبری تحول‌آفرین و سرمایه اجتماعی را در اولویت راهبردی خود قرار دهند. همچنین، ایجاد سازوکارهایی برای تسهیل تبادل دانش و تجربیات میان کارکنان و تقویت شبکه‌های ارتباطی غیررسمی، می‌تواند به عنوان بستری برای رشد سرمایه اجتماعی و در نتیجه، اثربخشی بیشتر کارآفرینی سازمانی عمل کند.

در جمع‌بندی نهایی، این پژوهش نشان داده است که تبیین عملکرد سازمانی در شرکت‌های صنعتی استان اصفهان، بدون در نظر گرفتن هم‌زمان کارآفرینی سازمانی، سرمایه اجتماعی و رهبری تحول‌آفرین، ناقص خواهد بود. مدل علی ارائه‌شده، با قدرت تبیین ۵۱ درصدی و برازش قوی (GOF = ۰.۵۲)، نشان می‌دهد که بیش از نیمی از تغییرات عملکرد سازمانی، توسط این سه متغیر قابل پیش‌بینی است. کارآفرینی سازمانی، موتور محرک اولیه است؛ اما این سرمایه اجتماعی است که به‌عنوان جاده، این موتور را به مقصد عملکرد متصل می‌کند. و این رهبری تحول‌آفرین است که به‌عنوان یک سیستم ناوبری هوشمند، مسیر این جاده را هموار و ایمن‌تر می‌سازد. در جهانی که سازمان‌های صنعتی ایران با چالش‌های ساختاری و محیطی متعددی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، درک این مکانیسم‌های نهفته، نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت است. این پژوهش، با ترسیم نقشه‌ای روشن‌تر از این قلمروی ناشناخته، کوشیده است تا چراغی فرا راه مدیران و سیاست‌گذاران قرار دهد تا با شناختی عمیق‌تر از سرمایه‌های نرم‌افزاری سازمان، گام‌های مؤثرتری در مسیر تعالی سازمانی بردارند.

منابع

امیری، فوژان، ذاکری، فاطمه، و سالاری، زهرا. (۱۴۰۰). بررسی رابطه رهبری تحول آفرین با رفتار شهروندی سازمانی. پژوهشنامه اورمزد، -(۵۴ (ضمیمه شماره ۲))، ۱۲۶-۱۵۲.

پیرایش، رضا، امیری، وحید، جعفری، ملیحه، و ایمانی برندق، محمد. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر کارآفرینی سازمانی و جهت گیری کارآفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی کارآفرینی استراتژیک در شرکت های صنعتی استان زنجان. مدیریت بهره وری (فراسوی مدیریت)، ۱۴(۵۲)، ۲۳-۴۵.

تیموری، هادی، شائمی، علی، و زارعی، مریم. (۱۳۹۶). رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۵(۸۳)، ۱۱۵-۱۳۴.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

جزینی، علیرضا، و نوائی، مجید. (۱۳۹۲). تاثیر سبک رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی در سازمان پلیس پیشگیری ناجا. انتظام اجتماعی، ۵(۳)، ۳۱-۴۹.

رضایی منش، بهروز، عادلی، راحیل، بهرامی، داوود، و زندی، فیروز. (۱۳۹۱). رابطه رهبری تحول آفرین و سرمایه اجتماعی در کسب و کارهای کوچک. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۲(۶۹)، ۱۵۱-۱۷۰.

رضایی، بیژن، نادری، نادر، جعفری، حبیب، و عبیدعبدالزهره، هیثم. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی بر کارآفرینی سازمانی . کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع.

سیف الهی، ناصر، و حسن زاده، تورج. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر رهبری دانش بر کارآفرینی سازمانی, نقش میانجی گر نوآوری سازمانی. مهارت آموزی، ۱۱(۴۱)، ۱۲۱-۱۳۸.

شریعتی، مسعود، محمدی مقدم، یوسف، و باقریان، محمدرضا. (۱۳۹۶). تاثیر سبک رهبری تحول آفرین بر صمیمیت سازمانی (مورد مطالعه: سازمان عقیدتی سیاسی ناجا). بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۴(۴۱)، ۶۹-۸۷.

صمدی میارکلایی، حسین، صمدی میارکلایی، حمزه، و آقاجانی، حسنعلی. (۱۳۹۵). تبیین نقش سبک رهبری تحول آفرین در فرهنگ سازمانی. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۴(۲)، ۴۹۹-۵۱۹.

قهرمانی، محمد، پرداخت چی، محمدحسن، و حسین زاده، طاهر. (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. چشم انداز مدیریت دولتی، ۱(۱)، ۲۵-۳۹.

گلرد، پروانه، و کنعانی کاشانی، علی. (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه فکری بر کارآفرینی راهبردی با نقش میانجی هوش سازمانی. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۵(۲)، ۶۵-۸۴.

نوه ابراهیم، عبدالرحیم، و یوسفی، فرزانه. (۱۳۹۵). عوامل موثر بر سکوت سازمانی, مانع ایجاد کارآفرینی سازمانی. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۷(۲ (پیاپی ۲۶))، ۱۳۳-۱۵۶.

Avolio, B. J., & Bass, B. M. (2022). *Developing potential across a full range of leadership: Cases on transactional and transformational leadership*. Psychology Press.

Bankston, C. L., III. (2022). *Rethinking social capital*. Edward Elgar.

Baron, S. R., Field, J., & Schuller, T. (2023). *Social capital: Critical perspectives*. Oxford University Press.

Burns, P. (2025). *Corporate entrepreneurship and innovation* (4th ed.). Bloomsbury Academic.

Cook, K. S. (2022). *Advanced introduction to social capital*. Edward Elgar.

Deakins, D., & Scott, J. M. (Eds.). (2021). *Entrepreneurship: A contemporary & global approach*. SAGE Publications.

Faghih, N., & Forouharfar, A. (Eds.). (2022). *Strategic entrepreneurship: Perspectives on dynamics, theories, and practices*. Springer.

Gigliotti, R. A. (2021). *Transformational leadership*. SAGE Publications.

Halpern, D. (2021). *Social capital* (2nd ed.). Polity Press.

Hisrich, R. D., & Kearney, C. (2021). *Corporate entrepreneurship: How to create a thriving entrepreneurial spirit throughout your company* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2020). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Review Press.

Khandelwal, A. K. (Ed.). (2021). *Transformational leadership in banking: Challenges of governance, leadership and HR in a digital and disruptive world*. SAGE Publications.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

Lebas, M., & Euske, K. (2021). *A conceptual and operational delineation of performance*. In A. Neely (Ed.), *Business performance measurement: Unifying theory and integrating practice* (pp. 65–93). Cambridge University Press.

Neely, A. (2022). *Business performance measurement: Unifying theory and integrating practice* (3rd ed.). Cambridge University Press.

Richard, P. J., Devinney, T. M., Yip, G. S., & Johnson, G. (2021). *Measuring organizational performance: Towards methodological best practice*. Routledge.

Riggio, R. E. (2020). *Transformational leadership traits and components*. SAGE Publications.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]

Investigating the Effect of Corporate Entrepreneurship on Organizational Performance with the Mediating Role of Social Capital and the Moderating Role of Transformational Leadership Style (Case Study: Industrial Companies of Isfahan)

Sara Iranpour[1] and Amir Borhani[2*]
1Management Department, Sepahan Institute of Higher Education in Science and Technology
2Industrial Management Department, Sepahan Institute of Higher Education in Science and Technology(Corresponding Author)
Iranpour_s@yahoo.com

Abstract
The present study aimed to explain the effect of corporate entrepreneurship on organizational performance through the mediating role of social capital and the moderating role of transformational leadership style in the industrial companies of Isfahan Province. This research was applied in terms of purpose and descriptive-correlational of causal-correlational type in terms of data collection method, which was conducted with a quantitative approach and survey method. The statistical population consisted of all employees of industrial companies in Isfahan, and using Cochran's formula for unlimited populations, a sample size of 384 individuals was estimated and selected through simple random sampling. Data collection tools included four standard questionnaires: Hill's Corporate Entrepreneurship Questionnaire (1996), Nahapiet and Ghoshal's Social Capital Questionnaire (1998), Doostdar et al.'s Transformational Leadership Questionnaire (2016), and Hersey and Goldsmith's Organizational Performance Questionnaire (1980), all of which had acceptable validity and reliability. The collected data were analyzed using structural equation modeling with partial least squares approach (PLS-SEM) through SPSS and Smart PLS software. The findings indicated that corporate entrepreneurship has a positive and significant effect on organizational performance both directly ($\beta = 0.19$) and indirectly through social capital ($\beta = 0.19$). Furthermore, transformational leadership style positively and significantly moderates the relationship between corporate entrepreneurship and social capital ($\beta = 0.24$). In addition, the coefficient of determination (R^2) for social capital was 0.43 and for organizational performance was 0.51, indicating the desirable explanatory power of the model. The Goodness-of-Fit index (GOF) with a value of 0.52 confirmed the strong fit of the model. Based on the findings, social capital acts as a vital mediating mechanism through which corporate entrepreneurship leads to better organizational performance, and this mechanism is strengthened in the presence of transformational leadership. The results of this study guide industrial managers to simultaneously pay attention to three areas: fostering entrepreneurial spirit, strengthening social capital networks, and adopting transformational leadership style as prerequisites for achieving sustainable organizational performance.

Keywords: Corporate Entrepreneurship, Social Capital, Transformational Leadership, Organizational Performance, Industrial Companies.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-18]