

بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در آموزش و پرورش استان گیلان

زهرا نظریان^۱

چکیده

یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشم‌گیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد. از این‌رو، پژوهش حاضر به منظور سنجش میزان همبستگی میان ساختار منعطف، جو سازمانی اثربخش و فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری به عنوان ابعاد سازمانی بر قابلیت‌ها و انگیزش فردی کارکنان صورت پذیرفته است. این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و پیمایشی است که جامعه مورد پژوهش آن را تمامی کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان شامل می‌شود. نتایج حاصل از بررسی ۴۰۲ پرسش‌نامه نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های عوامل سازمانی ذکر شده با قابلیت و انگیزش فردی کارکنان آموزش و پرورش رابطه‌ای معنادار وجود دارد؛ اما رابطه‌ای بین عوامل جمعیت‌شناختی و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی دیده نمی‌شود.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، عوامل سازمانی، آموزش و پرورش، استان گیلان

۱. مدرس گروه مهندسی صنایع دانشگاه پیام نور z.nazarian184@gmail. Com

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۵/۲۹ پذیرش نهایی: ۱۳۹۳/۸/۲۶

مقدمه و طرح مسئله

امروزه، دوام و توسعه سازمان‌ها در گرو همسو شدن با تحولات سریع، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی است. سازمان‌های کارآمد و موفق سازمان‌هایی هستند که کارآفرینی را به عنوان جزء تفکیک‌ناپذیری از ویژگی‌ها و خصایص خود دانسته و در جهت تقویت روحیه کارآفرینی سازمانی، از هیچ کوششی فروگذار نکنند (تقی‌زاده و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۵۷). از آنجا که شبکه‌های ارتباطی، بازارهای گوناگون تولید و عرضه خدمات را در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی به یکدیگر وصل ساخته و کلید ورود به این بازارهای جهانی را رقابت‌پذیری دانسته‌اند، بدیهی است که در این رقابت جهانی نه تنها کشورها، بلکه کلیه نهادها و افراد باید پیوسته قابلیت‌های رقابت‌پذیری و سازگاری خود را افزایش دهند (بدری و همکاران، ۱۳۸۵: ۷۴). از این رو پس از گذشت چندین دهه، کارآفرینی بیش از پیش در تولید محصولات و خدمات جدید، در سرتاسر جهان، مورد توجه قرار گرفته است و افراد و سازمان‌ها به دنبال کارآفرین شدن هستند (برنکرت، ۲۰۰۹: ۴۵۰). کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه توجه زیادی به آن کرده‌اند. در این میان، یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است که بدون شک سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰: ۳).

به طور کلی اغلب محققان، کارآفرینی را مشتمل بر دو نوع عمده می‌دانند: کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی. در کارآفرینی فردی، فرد کارآفرین به طور مستقل و جداگانه اقدام به انجام کارآفرینی می‌کند. اما در کارآفرینی سازمانی، فرد کارآفرین در درون یک سازمان از قبل تأسیس شده اقدام به انجام کارآفرینی می‌کند (صمدآقایی، ۱۳۸۵). درباره

کارآفرینی سازمانی تعاریف متعددی در مقالات و کتاب‌های مختلف و از دیدگاه صاحب‌نظران متعدد ارائه شده که به طور قابل ملاحظه‌ای به هم شباهت دارند. مکنزی^۱ و دیکامبو^۲ معتقدند که فعالیت کارآفرینانه سازمانی می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرآیند اثربخش باشد. جنیگ و یانگ^۳ کارآفرینی سازمانی را فرآیند توسعه محصولات یا بازارهای جدید تعریف می‌کنند. کوراتکو، منتاگنو و هورنسبای^۴ کارآفرینی سازمانی را به عنوان ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چارچوب شرکت‌های مادر توصیف می‌کنند. آریلا^۵ معتقد است که کارآفرینی سازمانی دارای سه بعد است که عبارت‌اند از: نوآوری، توسعه محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدید و ریسک‌پذیری (هادی‌زاده مقدم و رحیمی، ۱۳۸۳) در جهان امروز تفکر نوآوری، کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است؛ توسعه و ارتقای کارآفرینی نه تنها لازمه یک اقتصاد سالم بلکه برای رشد روزافزون جامعه و خلق مشاغل جدید حایز اهمیت و حیاتی است (هنری^۶ و همکاران، ۲۰۰۰). از سویی از دهه ۱۹۷۵ میلادی تاکنون اعتقاد بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته اروپایی و آمریکایی بر این بوده که کاهش رشد اقتصادی و شکست در رقابت‌های بین‌المللی به نحوی متأثر از عملکرد نظام آموزش و پرورش بوده است (ادنت و دیویس^۷، ۲۰۰۲).

اما در مقوله کارآفرینی سازمانی مسئله مهمی که می‌تواند به عنوان مانع در مقابل کارکنان قرار گیرد و از گسترش کارآفرینی به شکل جدی جلوگیری کند، ابعاد ساختاری

1. McKensy
2. Dicambo
3. Jennig & Young
4. Kuratko, Montagno & Hornsby
5. Arela
6. Henry
7. Adent & Davice

آن است. مطالعات و تحقیقات متعدد صاحب‌نظران نشان می‌دهد که کارآفرینی و پیچیدگی در سازمان با یکدیگر رابطه عکس دارند؛ زیرا پیچیدگی باعث کاهش روابط گروه‌ها در سازمان می‌شود. از طرفی کارآفرینی و رسمیت نیز با یکدیگر رابطه عکس دارند؛ زیرا رسمیت افراد، انعطاف و آزادی عمل سازمان را از کاهش می‌دهد. از دیگر نتایج تحقیقات صاحب‌نظران می‌توان به رابطه کارآفرینی و تمرکز اشاره کرد که این رابطه نیز نسبت عکس دارد؛ چراکه تمرکز در سازمان باعث می‌شود میزان اختیارات و تفویض آن به حداقل رسد. از این رو، وجود یک ساختار سازمانی منعطف به گونه‌ای که در آن بر سیستم پاداش، رقابت‌جویی، مخاطره‌پذیری، پشتیبانی صمیمانه و ارتباطات باز تأکید شود و نیز وجود جو سازمانی اثربخشی که سبب گردد تا خواص مستقیم و غیرمستقیم محیط کار را نیروی کار درک کنند و رفتارشان را تحت تأثیر قرار دهد می‌تواند بر فرآیند توسعه کارآفرینی سازمانی تأثیر گذارد.

همچنین با توجه به اینکه وسعت و نوع دید و دیدگاه‌های افراد با یکدیگر در بسیاری از مواقع یکسان نیست و تجمیع دیدگاه‌ها نیز در چنین مواقعی بسیار دشوار می‌نماید، نقش فرهنگ در این زمان بیش از پیش نمایان می‌شود. فرهنگ حاکم بر سازمان‌های کارآفرینی باید طوری پایه‌ریزی شود که در یکایک افراد آن سازمان نهادینه گردد و همه اعضای سازمان با تمام تفاوت‌های فرهنگی و دیدگاهی و... در خصوص اهداف، رسالت‌ها و سیاست‌های سازمان به درک مشترک و همسانی دست یابند. در چنین حالتی پیاده‌سازی تفکر کارآفرینی و ایجاد فرهنگ مناسبی برای آن قابل‌تصور است. از این رو، فرهنگ در شرایط فوق، توانایی این را دارد تا سایر ابعاد ساختاری را در جهت همراهی با موج کارآفرینی متقاعد کند. از سویی هنگامی که سبک و نگرش مدیران سازمان، سنتی و بر پایه بوروکراسی باشد، در پی آن بی‌میلی به تغییر نیز نمایان می‌شود. باید پذیرفت که متأسفانه

در بسیاری از سازمان‌های کشور، مدیران به جای آنکه از ایده‌ها و نوآوری‌های کارکنان در جهت پیشبرد استراتژی سازمان حمایت و استفاده کنند، آن را تهدید و یک حرکت درک‌ناشدنی می‌دانند و اهمیت دادن به این دیدگاه‌ها را خطری برای خود و موقعیت آینده خود قلمداد می‌کنند. از این رو، کارآفرینان با محیط بسیار خست‌کننده روبه‌رو شده و روزمرگی، فرهنگ آن و تغییر و تنوع و بهبود روش‌ها و نوآوری، ضدفرهنگ آن سازمان محسوب می‌شود. به همین سبب، افراد کارآفرین، در حاشیه قرار گرفته افراد بی‌تفاوت و روزمره پیشرفت می‌کنند. از این رو، بی‌انگیزگی و پرداختن به مسائل پیش پا افتاده سرلوحه امور قرار می‌گیرد و با سرکوب ایده و نوآوری، غالباً افراد کارآفرین یا بعد از مدتی مانند سایر افراد بی‌تفاوت و بی‌انگیزه می‌شوند یا در بهترین وضعیت، سازمان را ترک می‌کنند و جذب مراکز دیگر می‌شوند. در چنین حالتی، سازمان دچار خسارت زیادی می‌شود، زیرا نیروی خلاق و نیرویی را که سال‌ها بابت آن هزینه شده بود، یک‌جا از دست می‌دهد.

بنابراین، با توجه به اهمیت بحث کارآفرینی در فرآیند رشد و توسعه کشورها، موارد ذکر شده هر یک می‌توانند مانعی بر سر راه کارآفرینی کارکنان در سازمان‌ها باشند. از این رو، مطالعه حاضر با هدف بررسی رابطه بین مؤلفه‌های «ساختار منعطف»، «جو سازمانی اثربخش»، «فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری» به عنوان عوامل سازمانی و «قابلیت و انگیزش فردی کارکنان» سامان یافته است که در آن سازمان آموزش و پرورش به عنوان یکی از تأثیرگذارترین ارگان‌های دولتی انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته است.

مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی شامل یک فرآیند یادگیری و عبارت از توانایی برآمدن از عهده مسائل و مشکلات و نیز یادگرفتن از آنهاست و در قلب آن ابتکار، خلاقیت، تازگی و حساسیت

نهفته است (ادنت و دیویس، ۲۰۰۸: ۲۹). استیونسن^۱ کارآفرینی را فرایند ایجاد ارزش از طریق همکاری به عنوان یک دسته منابع بی‌نظیر برای به دست آوردن فرصت تعریف می‌کند (سدلر^۲، ۲۰۰۰: ۲۷). از دید هاربی و اندرسون^۳ کارآفرینی یک مفهوم چندبعدی است و در سطح کلان، می‌تواند به عنوان مجموع تصمیمات فردی تعریف شود که توسط کارآفرینان به منظور سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز اتخاذ می‌گردد (هاربی و اندرسون، ۲۰۱۰: ۴۳۹). با این همه، تقریباً در تمامی تعاریف کارآفرینی این توافق وجود دارد که ما با نوعی از رفتار مواجهیم که شامل این موارد می‌شود: پذیرش پیشگامی سازماندهی مجدد مکانیزم‌های اجتماعی- اقتصادی جهت بهره‌برداری از منابع و قبول خطر یا شکست (قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۸).

کارآفرینان افرادی هستند که از اطلاعات به منظور کشف فرصت‌ها نسبت به سایرین استفاده بهتر می‌کنند (دی بورین و ولتر^۴، ۲۰۰۶). بو کار و رزنتال^۵ بیان کرده اند که کارآفرین چیز جدیدی را در جامعه می‌آفریند، چیز جدیدی که یک نیاز بالقوه را در مشتریان برآورده می‌کند (پوکار و رزنتال، ۲۰۰۵: ۱۳۰) و یک فرصت را درمی‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، سازمانی را راه‌اندازی می‌کند (شریف‌زاده، ۱۳۸۲)، اما تحقیقات نشان می‌دهد که فقط درصد کمی از جامعه وارد فعالیت‌های کارآفرینانه می‌شوند (بوسما^۶ و همکاران، ۲۰۰۸). از دیدگاه کاتلر^۷ کارآفرین همواره به دنبال تغییر، پاسخ دادن به آن و بهره‌برداری از آن به عنوان یک فرصت است (احمدپور داریانی، ۱۳۸۰ و مقیمی، ۱۳۸۳).

1. Stivenson
2. Sadler
3. Harbi & Anderson
4. De Burin & Welter
5. Buchholz, Rosenthal
6. Bosma
7. Katler

این خصوصیات تا اندازه‌ای فطری و تا حدودی محصول آموزش و تأثیر جامعه هستند (نگا و شاموگاناتان^۱، ۲۰۱۰: ۲۶۰).

امروزه کارآفرینی فردی و سازمانی از عوامل مهم رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌آیند، به طوری که در غرب و برخی از کشورهای دیگر، دو دهه اخیر دهه‌های طلایی کارآفرینی نام گرفته و در بیشتر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه به عنوان اصلی‌ترین منبع توسعه اهمیت یافته است (مک کلاین^۲، ۲۰۰۴: ۸۵). کارآفرینی، از عوامل اصلی ایجاد ارزش اقتصادی و ابزاری کارآمد و مؤثر برای کاهش تعداد بیکاران محسوب می‌شود و همچنین فرایند ایجاد کسب سود از ترکیبات جدید و منحصربه‌فرد است (شائمی برزکی و تیموری، ۱۳۸۵: ۲۵۲). وان درلیند^۳ (۲۰۰۰) معتقد است که در میان همه مهارت‌های مورد نیاز فارغ‌التحصیلان، مهارت کارآفرینی ارزشمندترین مهارتی است که اشخاص هوشمند برای مقابله با چالش‌های اساسی قرن بیست و یکم به‌ویژه معضل بیکاری باید به آن مجهز باشند (ون پراگ و ورسلووت^۴، ۲۰۰۷: ۳۷۵).

در طول چند سال گذشته، نیاز به داشتن مؤسساتی که در ایجاد کسب و کارهای پرخطر فعالیت کنند، توجه زیادی را به خود جلب کرده است (مایلز و گووین^۵، ۲۰۰۲: ۲۳؛ علی میری، ۱۳۸۷: ۱۴۴). از این رو، کارآفرینی از اواخر قرن بیستم مورد توجه محافل آموزشی کشورها قرار گرفته است (نیازی و کارکنان نصرآبادی، ۱۳۸۶: ۳). اما بر خلاف صورت ظاهری، این مفهوم به معنای ایجاد کار نیست و به صورت غلط متداول شده است، در حالی که ایجاد کار ممکن است یکی از نتایج کارآفرینی باشد (صباغیان و

1. Nga & Shamuganathan
2. Mccline
3. Van der. Linde
4. Van Praag & Versloot
5. Miles & Govin

همکاران، ۱۳۸۴). سه دلیل عمده کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد است؛ در حالی که در کشور ما، این مفهوم به اشتباه با اشتغال‌زایی مترادف شده است (قاسم‌نژاد و سیدی، ۱۳۸۸: ۲).

کارآفرینی سازمانی به معنای اجرای فرایند کارآفرینی در داخل سازمان و با استفاده از خصوصیات همچون روحیه پشتکار، ریسک‌پذیری، خلاقیت و نوآوری است که طی آن گروهی از افراد درون سازمان تبدیل به موتور توسعه آن می‌شوند. به عبارت دیگر، کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد یک سازمان به ایجاد و مصرف محصولات جدید، فرایندهای تازه و نظام سازمانی نوین است (کرباسی و همکاران، ۱۳۸۱: ۳۰).

در واقع، کارآفرینی فرایندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خودمختار به ثمر برسد (احمدی و درویش، ۱۳۸۷). کارآفرینی سازمانی یکی از مؤلفه‌های مهم سازمان، توسعه اقتصادی و ایجاد ثروت است. لذا کارآفرینی سازمانی فقط برای سازمان‌ها سودمند نیست، بلکه می‌تواند بر نظام اقتصادی از طریق افزایش اثربخشی، بهبود فعالیت‌ها، ایجاد صنایع جدید و نیز افزایش رقابت در سطح بین‌المللی تأثیر گذارد (کرنی و همکاران، ۲۰۰۸: ۳۰۲). البته یکی از فرق‌های اساسی کارآفرینان سازمانی با کارآفرینان مستقل در این است که کارآفرینان سازمانی کمتر می‌توانند از ابتدای فرایند نوآوری (خلق ایده) تا انتهای آن (بخش تجاری) بر امور نظارت داشته یا مجری آن باشند (صمد آقایی، ۱۳۸۲). در کارآفرینی سازمانی، سازمان باید امکانات و ملزومات را فراهم کند تا کارکنان سازمان‌ها، نه تنها بتوانند به راحتی خلاقیت‌ها و ابتکارات خود را بروز دهند، بلکه آنها را به مرحله اجرا درآورند.

آنچه یک سازمان را کارآفرین می‌سازد، تعهد قوی نسبت به نوآوری محصول، نوآوری تکنولوژیکی، مخاطره‌پذیری و پیشتاز بودن در فعالیت تجاری خود است، اما گاهی اوقات در سازمان موانعی در سر راه تحقق اهداف کارآفرینانه و نوآورانه افراد سازمانی ایجاد می‌شود که این موانع در نهایت باعث خواهند شد که سازمان از مسیر رشد و ترقی به مسیر شکست و انحلال حرکت کند. در این میان، جو سازمانی صورتی از خواص محیط کاری تعریف شده است که مستقیم یا غیرمستقیم توسط نیروی کار ادراک می‌شود و انگیزش و رفتار آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در واقع، جو سازمانی اهرمی است که برای جهت‌دهی اعمال و فعالیت‌های نیروی انسانی سازمان، نحوه ادراک نیروی کار از وضعیت عینی سازمان و شامل ارتباطات فرد با دیگر اعضای سازمان در فرآیند انجام کار است (نصرالدین^۱ و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۱۷).

سازمانی که ساختار منعطف دارد، سلسله‌مراتب سنتی سازمانی را به حداقل ممکن می‌رساند، لایه‌های مدیریتی را کاهش می‌دهد، بر ارتباطات و ساختارهای تیمی اتکا می‌کند و جریان اطلاعات در آن با سرعت بیشتر و تصمیم‌گیری‌ها با شتاب و آزادی بیشتری اعمال می‌شوند. از سویی فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری شامل آن - دسته از مکانیزم‌های حمایتی سازمان است که کارکنان خلاق را به سمت استفاده از قابلیت‌ها و استعدادهای خلاقانه خویش، برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه سوق می‌دهد و محرکی برای انگیزش کارکنان و استفاده از حداکثر توانایی و بهره‌وری ایشان برای اقدامات نوآورانه است. در نهایت قابلیت‌ها و انگیزش فردی کارکنان نیز همانطور که بیان شد، اشاره به میزان انگیزه و تمایل بالقوه نیروی انسانی سازمان برای انجام فعالیت‌های

کارآفرینانه و میزان توانایی و دانش آنان برای به عهده گرفتن این نوع از مسئولیت‌ها دارد (هینونن^۱، ۲۰۰۳: ۵).

پیشینه تحقیق

در زمینه کارآفرینی پژوهش‌های متعددی صورت پذیرفته که ضرورت توجه به کارآفرینی در این مطالعات قابل مشاهده است؛ برای نمونه خدمتی (۱۳۷۹) بیان می‌کند که ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت‌های شغلی و نیز روند مستمر کاهش بهای نفت سه عامل عمده‌ای هستند که موجب می‌شود سیاستگذاران و تصمیم‌سازان کلان کشور به منبع درآمد سهل‌الوصول دیگری جز نفت بیندیشند و بی‌شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری، آبشخوری دیگری نمی‌تواند داشته باشد. بر اساس نتایج پژوهش بخشی (۱۳۸۱)، موانع داخلی مهمترین عامل بازدارنده کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران است، پس از آن به ترتیب موانع منتجی و موانع محیطی در این زمینه نقش بازدارنده داشته‌اند.

از بین موانع داخلی، تصمیمات نامناسب مدیران عالی در انتصاب و به‌کارگیری مدیران زبردست و از بین موانع منتجی فرهنگی-اجتماعی، و از بین موانع محیطی فقدان رقابت بیشترین نقش بازدارندگی را بر کارآفرینی دانشگاه دارند. مقیمی (۱۳۸۱) به بررسی توانمندی‌ها و ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های غیردولتی کشور پرداخت. شریف‌زاده (۱۳۸۲) نیز در پژوهش خود به بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در راستای تقویت کارآفرینی دانشگاهی به عنوان سازمانی پیچیده می‌پردازد و بیان می‌کند که یکی از راه‌های فایق آمدن بر مشکل اشتغال، ارائه تعریفی نو از مقوله کار و

1 . Heinonen

گذر از کارجویی و کاریابی به کارآفرینی و نیز اشاعه آن از طریق آموزش است. یارایی (۱۳۸۳) انگیزه‌های توفیق‌طلبی، قدرت‌طلبی، موقعیت رقابتی و ریسک‌پذیری را به عنوان انگیزه‌های تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینی می‌داند و به این نتیجه کلی می‌رسد که سطح کلی روحیه کارآفرینی در بین دانشجویان پایین است. صفرزاده (۱۳۸۴) فرآیند کارآفرینی سازمانی را دربرگیرنده سه مرحله اصلی تولید ایده، اجرای ایده و بهره‌برداری و برداشت از ایده می‌داند و عنوان می‌کند که کارآفرینی سازمانی، فرآیندی درون‌سازمانی بوده و متأثر از عوامل درونی سازمان نظیر حمایت و پشتیبانی مدیریت، مکانیزم‌های پاداش و تقویت، فرهنگ سازمانی، ارتباطات سازمانی و ساختار سازمانی است. مسلماً بررسی نقش و اثر این عوامل در فرآیند آن می‌تواند موجب بهبود، تسهیل و تسریع پیامدهای مرتبط با اهداف کارآفرینی در سازمان شود.

نتایج مطالعه کرد ناییج و همکارانش (۱۳۸۶) حاکی از آن است که فرهنگ سازمانی محافظه‌کارانه، توجه به سودهای کوتاه‌مدت، اعمال کنترل شدید و شیوه‌های نادرست تشویق و ارائه پاداش، از موانع اساسی کارآفرینی سازمانی به شمار می‌روند. مطالعه رستگارهروکی (۱۳۸۸) رابطه معناداری بین ویژگی‌های شخصیتی نیاز به موفقیت، خلاقیت، ریسک‌پذیری، کانون کنترل درونی و میزان کارآفرینی کتابداران و اطلاع‌رسانان شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی شهر تهران نشان می‌دهد؛ براساس این تحقیق رابطه معناداری بین ویژگی شخصیتی تحمل ابهام و میزان کارآفرینی، و رابطه معناداری بین مشخصات فردی (سابقه کار، جنسیت و میزان تحصیلات) پاسخ‌دهندگان و میزان کارآفرینی وجود ندارد.

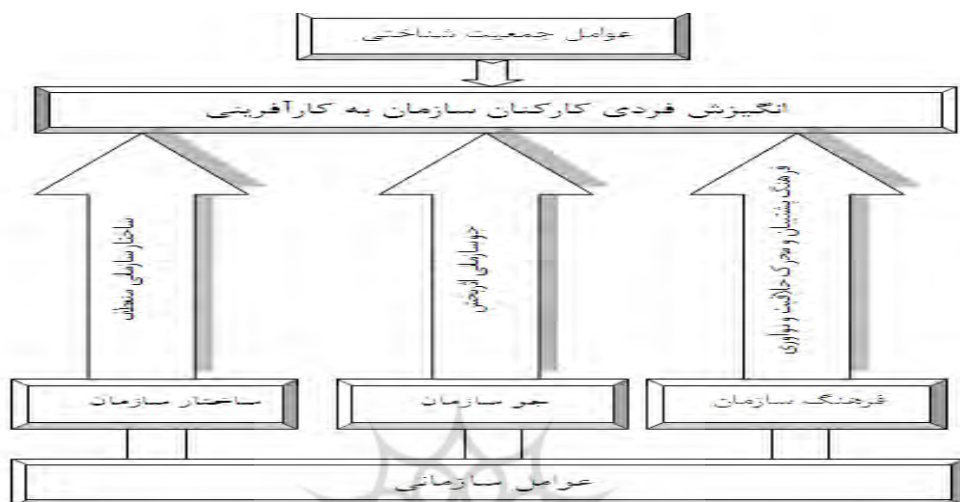
ایزدیار (۱۳۸۸) یکی از جدیدترین موضوعاتی را که در عرصه کارآفرینی، در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی، در محافل علمی مورد توجه قرار گرفته است، کارآفرینی

اجتماعی می‌داند. عمرانی طبرستانی (۱۳۸۸) عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی اجتماعی در ایران را به ترتیب: افراد، مأموریت، عوامل زمینه‌ای، فرصت و سرمایه معرفی می‌کند. پورراکی (۱۳۸۸) رابطه مثبتی را بین دو متغیر توانمندسازی مدیران و کارآفرینی سازمانی، و مؤلفه‌های احساس معنی‌دار بودن شغل، احساس حق انتخاب، احساس مؤثر بودن و احساس اعتماد به دیگران و کارآفرینی نشان می‌دهد. براساس این مطالعه بین مؤلفه احساس شایستگی و کارآفرینی رابطه ضعیف وجود دارد.

عبدالعلی (۱۳۸۸) در تحقیق خود رابطه معناداری بین جو سازمانی و کارآفرینی را نشان می‌دهد. رضازاده (۱۳۸۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی تهران پرداخت که بر اساس آن رابطه‌ای معنی‌دار بین پیچیدگی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی مشخص شد، اما ضریب همبستگی به‌دست‌آمده منحنی بوده و نشانگر رابطه معکوس بین پیچیدگی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی است. رانگ^۱ (۲۰۰۵) در پژوهشی در سازمان‌های دولتی چین نشان داد که بین ارتباطات سازمانی و توسعه کارآفرینی سازمانی رابطه مثبتی وجود دارد. راینر^۲ (۲۰۰۸) نیز نشان داد که استراتژی‌های کارآفرینانه سازمان به‌خصوص در زمینه جلب رضایت مراجعان سازمان و توسعه منابع انسانی رابطه مثبتی با توسعه کارآفرینی سازمانی دارد.

1. Wrong
2. Raynor

شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش



طرح کلی پژوهش به صورت شکل شماره ۱ است و تأثیر عوامل سازمانی و عوامل جمعیت شناختی بر انگیزش فردی کارکنان سازمان به کارآفرینی را بررسی می‌کند.

روش اجرای پژوهش

تحقیق حاضر بر اساس هدف، نوعی تحقیق کاربردی است و بر اساس چگونگی به دست آوردن داده‌های مورد نیاز و نحوه جمع‌آوری اطلاعات، تحقیقی پیمایشی محسوب می‌شود. جامعه آماری، کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان هستند. حجم نمونه پژوهش به وسیله فرمول کوکران ۳۸۵ نفر برآورد شد که با در نظر گرفتن ۵ الی ۱۰ درصد ریزش احتمالی تعداد ۴۵۰ پرسش‌نامه در میان کارکنان توزیع گردید که از این تعداد ۴۰۲ پرسشنامه (۸۹.۳۳ درصد) به صورت نهایی به عنوان نمونه آماری، مبنای تحقیق قرار

گرفت؛ در نهایت نیز نتایج حاصل از استخراج پرسشنامه به وسیله نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد.

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به مسئله تحقیق فرضیه‌های اصلی و فرعی تحقیق به شرح زیر است:

۱. عوامل سازمانی بر کارآفرینی کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان موثر است.
 - ۱.۱. بین ساختار سازمانی منعطف و انگیزش فردی کارکنان سازمان به کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۱.۲. بین جو سازمانی اثربخش و انگیزش فردی کارکنان سازمان به کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.
 - ۱.۳. بین فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری در سازمان و انگیزش فردی کارکنان سازمان به کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین عوامل جمعیت‌شناختی از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
 - ۲.۱. بین مردان و زنان از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
 - ۲.۲. بین سوابق خدمتی مختلف افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
 - ۲.۳. بین سطوح تحصیلی مختلف افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

- ۲.۴. بین سن افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۲.۵. بین وضعیت تأهل افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.
- ۲.۶. بین وضعیت استخدامی افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی

پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، اطلاعات حاصل از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، سابقه خدمت، سطح تحصیلات، سن، وضعیت تأهل و وضعیت استخدامی به شرح زیر استخراج شد: از مجموع ۴۰۲ نفر، ۱۸۲ نفر زن و ۲۲۰ نفر مرد؛ سابقه خدمت ۱۸۳ نفر زیر ده سال، ۱۰۱ نفر بین ۱۰ الی ۲۰ سال و ۱۱۸ نفر بین ۲۰ تا ۳۰ سال هستند. همچنین سطح تحصیلات ۶۴ نفر کاردانی، ۲۸۷ نفر کارشناسی و ۵۱ نفر کارشناسی ارشد بوده است. نیز ۶۲ نفر زیر ۳۰ سال، ۱۶۷ نفر بین ۳۰ الی ۴۰ سال و ۱۷۳ نفر سن بالای ۴۰ سال داشته‌اند. ۳۲۷ نفر از اعضای جامعه آماری متأهل و ۷۵ نفر مجرد هستند. در این میان وضعیت استخدامی ۲۹۶ تن به طور رسمی، ۸۳ نفر پیمانی و ۲۳ نفر به طور قراردادی است.

فرضیه اول: عوامل سازمانی بر کارآفرینی کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان مؤثر است.

از آن جایی که فرضیه اصلی اول، خود از سه فرضیه فرعی تشکیل شده است با آزمون هریک از فرضیه‌های فرعی و جمع‌بندی نهایی آنها می‌توان فرضیه اول را رد یا قبول کرد. آزمون هریک از فرضیه‌ها به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱. شاخص‌های آماری و نتایج آزمون مؤلفه‌های تحقیق

فرضیه‌ها	متغیر	درجه آزادی	سطح معناداری	آزمون F	T	Beta استاندارد شده	ضریب تبیین
فرضیه اول	ساختار سازمانی منعطف	۱۲۸	۰/۲۴	۲۲۵/۵	۰/۲ ۲۸۶	۱۹۸/۰	۰/۳۹
فرضیه دوم	جو سازمانی اثربخش	۱۲۸	۰/۰۰	۰/۱۸ ۰/۶۷	۰/۴ ۲۵۰	۳۵۲/۰	۱۲۴/۰
فرضیه سوم	فرهنگ پشتیبان و محرک نوآوری	۱۲۸	۰/۰۰	۰/۱۷ ۰/۵۸	۰/۴ ۱۳۰	۳۴۳/۰	۱۱۸/۰

در رابطه با فرضیه اول، مقدار F محاسبه شده (۵/۲۲۵) با درجه آزادی ۱۲۸ در سطح آلفای ۰/۰۵ از مقدار جدول بزرگتر است، که معناداری رگرسیون را نشان می‌دهد. بنابراین، چون مقدار آماره t (۲/۲۸۶) در سطح آلفای ۰/۰۵ خارج از ناحیه پذیرش فرض صفر است، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین ساختار سازمانی منعطف و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری پذیرفته می‌شود. همچنین مقدار استاندارد شده بین متغیر ساختار سازمانی منعطف به عنوان متغیر پیش‌بین و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری به عنوان متغیر ملاک برابر ۰/۱۹۸ است که این مقدار مثبت، و نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین دو متغیر است. در آخر، با توجه به

ضریب تبیین می‌توان گفت که $3/9\%$ تغییرات در قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری به‌وسیله ساختار سازمانی منعطف قابل پیش‌بینی است.

در بررسی فرضیه دوم مقدار F محاسبه‌شده ($18/067$) با درجه ۱۲۸ در سطح آلفای $0/05$ از مقدار جدول بزرگتر است، که معناداری رگرسیون را نشان می‌دهد. بنابراین چون مقدار آماره t ($4/250$) در سطح آلفای $0/05$ خارج از ناحیه پذیرش فرض صفر است، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین جو سازمانی اثربخش و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری پذیرفته می‌شود. نیز مقدار استاندارد شده بین متغیر جو سازمانی اثربخش به عنوان متغیر پیش‌بین و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری به عنوان متغیر ملاک برابر $0/352$ است که این مقدار مثبت، و نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین دو متغیر است. در آخر با توجه به ضریب تبیین ارائه‌شده در جدول، می‌توان بیان کرد که $12/4\%$ تغییرات در قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری به‌وسیله جو سازمانی اثربخش قابل پیش‌بینی است.

برای فرضیه سوم نیز مقدار F محاسبه‌شده ($17/058$) با درجات آزادی ۱ و ۱۲۸ در سطح آلفای $0/05$ از مقدار جدول بزرگتر است، که معناداری رگرسیون را نشان می‌دهد. بنابراین، چون مقدار آماره t ($4/130$) در سطح آلفای $0/05$ خارج از ناحیه پذیرش فرض صفر است، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری پذیرفته می‌شود. همچنین مقدار استاندارد شده بین متغیر فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری به عنوان متغیر پیش‌بین و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری به عنوان متغیر ملاک برابر $0/343$ است که این مقدار مثبت، و نشان‌دهنده رابطه مستقیم بین دو متغیر است. ضریب تبیین ارائه نیز نشان می‌دهد که $11/8\%$ تغییرات در قابلیت و انگیزش

فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری به وسیله فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری قابل پیش‌بینی است.

در نهایت باتوجه به نتایج حاصل از بررسی سه فرضیه فرعی می‌توان به این نتیجه دست یافت که رابطه معناداری بین عوامل سازمانی و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به خلاقیت و نوآوری وجود دارد؛ لذا فرضیه اصلی اول پذیرفته می‌شود.

فرضیه دوم: بین عوامل جمعیت‌شناختی از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

۱. بین مردان و زنان از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

برای بررسی فرضیه فوق از آزمون t گروه‌های مستقل استفاده شده است. براساس نتایج حاصل، مقدار t محاسبه‌شده $(-۰/۲۱۲)$ با درجه آزادی ۱۲۸ در سطح آلفای ۰/۰۵ در ناحیه پذیرش فرض صفر قرار می‌گیرد، که حاکی از نبود تفاوت معنادار بین جنسیت کارکنان و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی است. به عبارت دیگر، چون سطح معناداری محاسبه‌شده برای آماره t مقدار ۰/۸۳۳ است که از مقدار آلفای ۰/۰۵ بیشتر است. بنابراین، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود تفاوت معنادار بین جنسیت کارکنان و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی پذیرفته نمی‌شود؛ یعنی با ۹۵٪ اطمینان می‌توان گفت که بین جنسیت کارکنان و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد و زنان و مردان انگیزش فردی یکسانی به کارآفرینی دارند (جدول ۲).

جدول ۲. آزمون معنی‌داری جنسیت و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی

جنسیت	تعداد نمونه	میانگین	T	درجه آزادی	سطح معناداری
مرد	۲۲۰	۲۱/۳۲۵۸	-۰/۲۱۲	۱۲۸	۰/۸۳۳
زن	۱۸۲	۲۱/۴۸۷۸	-۰/۲۲۳	۸۸/۸۸۱	۰/۸۲۴

۲. بین سوابق خدمتی مختلف از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۳. تحلیل واریانس یک‌طرفه سابقه خدمت و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی

متغیر	درجه آزادی	سطح معناداری	آزمون F	T
سابقه خدمت کارکنان	۱۲۸	۷۲۸ .۰	۱۲۱ .۰	۳۴۸ .۰

به منظور بررسی وجود رابطه‌ای معنادار بین سابقه و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی از آزمون رگرسیون استفاده شده است. براساس نتایج حاصل از جدول ۳، مقدار F محاسبه شده (۰/۱۲۱) با درجه ۱۲۸ در سطح آلفای ۰/۰۵ از مقدار جدول کوچکتر است، که معنادار نبودن رگرسیون را نشان می‌دهد. بنابراین، چون مقدار آماره t (۰/۳۴۸) در سطح آلفای ۰/۰۵ در ناحیه پذیرش فرض صفر است، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین سابقه خدمت و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی پذیرفته نمی‌شود. به عبارت دیگر، چون سطح معناداری آماره t (۰/۷۲۸) از سطح آلفای ۰/۰۵ بیشتر است، فرض پژوهش پذیرفته نمی‌شود.

۳. بین سطوح تحصیلی مختلف از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

برای بررسی فرضیه فوق از تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است که نتایج آن به شرح جدول ۴ بیان می‌شود:

جدول ۴. تحلیل واریانس یک‌طرفه بین سطح تحصیلات و انگیزش فردی کارکنان

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	آماره F	سطح معنی‌داری
بین‌گروهی	۶۳/۷۶۵	۳	۲۱/۲۵۵	۱/۳۱۱	۰/۲۷۴
درون‌گروهی	۲۰۴۲/۷۶۶	۱۲۶	۱۶/۲۱۲	-	-
کل	۲۱۰۶/۵۳۱	۱۲۹	-	-	-

با توجه به جدول فوق مقدار F محاسبه‌شده (۱/۳۱۱) با درجات آزادی ۳ و ۱۲۶ از مقدار جدول در سطح آلفای ۰/۰۵ کوچک‌تر است. بنابراین، فرض صفر مبنی بر نبود تفاوت بین سطح تحصیلات و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی پذیرفته و فرض پژوهش رد می‌شود. به عبارت دیگر، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برای آماره آزمون، مقدار ۰/۲۷۴ و بیشتر از سطح آلفای ۰/۰۵ است، فرض پژوهش مبنی بر وجود تفاوت معنادار بین سطح تحصیلات و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی رد می‌شود؛ یعنی با ۹۵٪ اطمینان می‌توان گفت که بین سطح تحصیلات و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد.

۴. بین سن افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد. به منظور بررسی وجود رابطه‌ای معنادار بین سن و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی، از آزمون رگرسیون استفاده شده است که براساس نتایج حاصل مقدار F محاسبه شده (۰/۳۱۹) با درجه ۱۲۸ در سطح آلفای ۰/۰۵ از مقدار جدول کوچکتر است، که معنادار نبودن رگرسیون را نشان می‌دهد. بنابراین چون مقدار آماره t (۰/۵۶۴) در سطح آلفای ۰/۰۵ در ناحیه پذیرش فرض صفر است، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین سن و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی پذیرفته نمی‌شود. یا به عبارت دیگر چون سطح معناداری آماره t (۰/۵۷۳) از سطح آلفای ۰/۰۵ بزرگتر است فرض پژوهش رد می‌شود (جدول ۵).

جدول ۵. تحلیل واریانس یک‌طرفه سن و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی

متغیر	درجه آزادی	سطح معناداری	آزمون F	t
سن کارکنان	۱۲۸	۰/۵۷۳	۰/۳۱۹	۰/۵۶۴

۵. بین وضعیت تأهل افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

با توجه به جدول ۶ مقدار t محاسبه شده (۰/۶۸۳) با درجه آزادی ۱۲۸ در مقایسه با مقدار t جدول در سطح آلفای ۰/۰۵ حاکی از نبود تفاوت معنادار بین وضعیت تأهل کارکنان و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی است. به عبارت دیگر، با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده برای آماره t مقدار ۰/۴۹۶ و بیشتر از آلفای ۰/۰۵ است،

فرضیه پژوهش مبنی بر وجود تفاوت معنادار بین وضعیت تأهل کارکنان و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی پذیرفته نمی‌شود؛ یعنی با ۹۵٪ اطمینان می‌توان گفت که بین وضعیت تأهل و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد و متأهلان و مجردان انگیزش فردی به کارآفرینی یکسانی دارند.

جدول ۶. آزمون معنی‌داری وضعیت تأهل و انگیزش فردی کارکنان

وضعیت	تعداد	میانگین	t	درجه آزادی	سطح معناداری
متأهل	۳۲۷	۲۱/۴۹۵۲	۰/۶۸۳	۱۲۸	۰/۴۹۶
مجرد	۷۵	۲۰/۸۸۰۰	۰/۷۱۲	۳۸/۱۸۴	۰/۴۸۱

۶. بین وضعیت استخدامی افراد از لحاظ میانگین انگیزش به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه فوق از تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شده است. تجزیه و تحلیل نتایج نشان می‌دهد که مقدار F محاسبه‌شده (۰/۴۰۲) با درجات آزادی ۲ و ۱۲۷ از مقدار جدول در سطح آلفای ۰/۰۵ کوچکتر است، بنابراین فرض صفر مبنی بر نبود تفاوت معنادار بین وضعیت استخدامی و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی پذیرفته و فرض پژوهش رد می‌شود. به عبارت دیگر، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری به‌دست‌آمده برای آماره آزمون، مقدار ۰/۶۷۰ و بیشتر از سطح آلفای ۰/۰۵ است، فرض پژوهش مبنی بر وجود تفاوت معنادار بین وضعیت استخدامی و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی رد می‌شود؛ یعنی با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت تفاوت معناداری بین وضعیت استخدامی و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی مشاهده نشد (جدول ۷).

جدول ۷. تحلیل واریانس یک طرفه وضعیت استخدامی و انگیزش فردی کارکنان

به کارآفرینی

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	آماره F	سطح معنی داری
بین گروهی	۱۳/۲۵۷	۲	۶/۶۲۸	۰/۴۰۲	۰/۶۷۰
درون گروهی	۲۰۹۳/۲۴۷	۱۲۷	۱۶/۴۸۲	-	-
کل	۲۱۰۶/۵۰۴	۱۲۹	-	-	-

بحث و نتیجه گیری

بررسی وضعیت کشورهای در حال توسعه نشان می‌دهد که یکی از چالش‌های مهم این کشورها، بحران بیکاری است که پیامدهای جبران‌ناپذیری را در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برای این کشورها به دنبال دارد. در این میان، آنچه می‌تواند به رشد سریع‌تر و مؤثرتر و حل معضلات موجود در این کشورها کمک کند، مبحث کارآفرینی است. بدون تردید، دولت‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدهای گسترده بین‌المللی روبه‌رو هستند. از این‌رو، تضمین و تداوم حیات و بقای جوامع نیازمند راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که به نوآوری، ابداع، ارائه خدمات، فرایندها و روش‌های جدید بستگی دارد. برای نیل به این هدف با توجه به نقش کارآفرینی مدیران، بیشتر کشورهای توسعه‌یافته در حال انتقال از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی هستند. لذا نه تنها باید موانع موجود بر مسیر توسعه کارآفرینی را رفع کرد، بلکه باید به بهترین نحو ممکن، با ارائه راهکارها و راهبردهایی به سمت توسعه کارآفرینی حرکت کرد. شرایط کشور ما به گونه‌ای است که الگویی جز کارآفرینی نمی‌تواند روند رشد و توسعه را دگرگون کند.

کارآفرینی یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی است. توسعه کارآفرینی بر پدیده‌های اصلی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه مانند افزایش سطح اشتغال افزایش سطح رفاه عمومی، حل معضل بیکاری، رشد صنعت داخلی، توسعه صادرات و غیره تأثیر بسزایی دارد. از این رو، مقاله حاضر به بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر کارآفرینی کارکنان آموزش و پرورش به عنوان یکی از بزرگترین و مهمترین سازمان‌های دولتی پرداخته است. نتایج حاصل از پیمایش صورت گرفته در استان گیلان نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های ساختار سازمانی منعطف، جو سازمانی اثربخش و فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری به عنوان متغیر پیش‌بین و قابلیت و انگیزش فردی کارکنان به عنوان متغیر ملاک رابطه معنادار و همبستگی وجود دارد. این همبستگی مثبت و مستقیم است؛ یعنی با کاهش رضایت از عوامل سازمانی، انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی نیز کاهش و با افزایش آن افزایش می‌یابد. از این رو، نتایج این پژوهش با پژوهش‌های ایمانی‌پور و زیودار (۱۳۸۷)، رضازاده (۱۳۸۲) و مقیمی (۱۳۸۱) همسوست. همبستگی مثبت و مستقیم سازمانی منعطف و انگیزش فردی کارکنان سازمان به کارآفرینی پیش از این در مطالعات ایمانی‌پور و زیودار (۱۳۸۷) و مقیمی (۱۳۸۱) تأیید شده است؛ نیز نتایج به دست آمده در مورد رابطه جو سازمانی اثربخش در این پژوهش با پژوهش‌های ایمانی‌پور و زیودار (۱۳۸۷)، مقیمی (۱۳۸۱) و عبدالعلی (۱۳۸۸) و رابطه فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری در سازمان و انگیزش فردی کارکنان در این تحقیق با پژوهش صفرزاده (۱۳۸۴) هم‌راستاست.

همچنین یافته‌ها نشان داد که بین عوامل جمعیت‌شناختی و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی تفاوت معناداری وجود ندارد. پیش از این، رستگار هروکی (۱۳۸۸) به نبود

رابطه معنادار مابین جنسیت، سابقه خدمت و سطح تحصیلات و انگیزش فردی کارکنان به کارآفرینی اشاره کرده است.

همه سازمان‌ها برای بقا و فرونپاشیدن ساختاری، نیازمند اندیشه‌های نو و نظریه‌های بدیع و تازه، خلاقیت و نوآوری هستند. خلاقیت، پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است، در حالی که نوآوری، عمل ساختن یک اندیشه و فکر است. عواملی که به توفیق منجر می‌شود عبارت‌اند از: تفکر، تلاش، تحمل و تداوم تفکر شعور است، تلاش کاربرد شعور، تحمل پایداری شعور، تداوم استمرار شعور و در آخر، توفیق ثمره این چهار عامل است. خداوند بی‌مثال تنها در یک مورد به خود آفرین می‌گوید و آن خلقت و خلاقیت است. انسان خلیفه‌الله است و این صفت بارز خلاقیت را که ودیعه خداوندی است به همراه دارد. کارآفرینان انانی هستند که تجلی‌دهنده این صفت خداوندند. خلاقیت، تولید ایده‌هایی است که به بهبود بازدهی یا کارآمد شدن سیستم می‌انجامد. در پی کارآفرینی در سازمان‌ها، خلاقیت در کارکنان شکوفا می‌شود که این باعث ایجاد اعتماد به نفس و حس بالارزش بودن در کارکنان می‌شود. سازمان و مدیران می‌توانند از دستاوردهای کارآفرینان در جهت منافع سازمان استفاده کنند. پس مدیران به جای محدود کردن کارکنان باید عرصه را برای شکوفا کردن استعدادهای آنها مهیا کنند و از کارکنان خلاق و کارآفرین حمایت‌های مالی و معنوی شود تا به نتایج مطلوب سازمان دست یابند.

به طور کلی، میتوان نتیجه گرفت سازمان‌هایی که در آنها فرهنگی حمایت از ایده‌ها و افکار نوآورانه حاکم است، زمینه ارتقای کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند. مدیران آموزشی و پرورشی کشور باید در نظر داشته باشند بهبود شاخص‌های فرهنگی منتج به کارآفرینی سازمانی می‌شود. توصیه می‌شود مدیران این سازمان به ایجاد فرهنگ سازمانی حمایتی اهتمام ورزند که در آن کارکنان افکار نوآورانه خود را آزادانه بروز می‌دهند. در

چنین وضعی، با درگیرکردن بالای کارکنان، افراد توانمند می‌شوند و قادرند خلاقیت بیشتری در انجام امور به کار برند. با ایجاد سازگاری مطلوب، کارکنان نیازهای نو و تغییرات محیطی و مشتری‌مداری را با کارآفرینی و نه روش‌های سنتی پیش می‌برند. کارکنان با تکیه بر مأموریت شفاف و با استفاده از استراتژی‌های کارآفرینانه می‌توانند اهداف آینده سازمان را محقق سازند، همچنین باید با تکیه بر یافته‌های به‌دست‌آمده محیط فرهنگی مناسب همسو با خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی ایجاد کنند تا در جهت رفع مشکلات گامی اساسی بردارند.

برای اینکه بتوان برای برون‌رفت از موانع ابعاد ساختاری سازمان چاره‌جویی کرد، باید ساختار سازمان: غیررسمی باشد، حدی از تخصصی بودن در آن حاکم باشد، استانداردپذیر نباشد، سلسله‌مراتب اداری به صورت رایج و قانونی حکمفرما نباشد، پیچیده نباشد، متمرکز نباشد و حرفه‌ای باشد. همگی موارد یادشده حکایت از آن دارد که در این سازمان‌ها، بوروکراسی در پایین‌ترین حد است، اما با توجه به داشتن بوروکراسی در بسیاری از سازمان‌های کشورمان، تصور تغییر در آنها کمی سخت می‌نماید، ولی برای همگام شدن با تغییرات مخصوصاً تغییرات جهانی، توجه به موارد یادشده و تعامل چندسویه، ناگزیر است. سازمان‌ها و جامعه کسب و کار در ایران باید به این باور دست یابند که برای اینکه افراد بتوانند خلاقیت را آغاز کنند، به زمان و آزادی عمل نیاز شدیدی دارند؛ یعنی نیاز دارند به بخش‌های مختلف سازمان یا بازار سر بزنند، مدیر یا کارفرما، آنها را در تنگنای نظارتی قرار ندهد و به فرد خلاق امکانات بدهد و برای بخش‌های دیگر مشخص کند که با وی همکاری کنند. سپس او را به دلیل ارائه پیشنهادها و راهکارها تشویق کند.

با این فرآیند، شرایط خلاقیت در سازمان یا کسب و کار مهیا می‌شود و این مهم عملی نمی‌شود مگر با ساختاری که از نظر سلسله‌مراتب طولانی نبوده و ارتباطات در آنها بیشتر غیررسمی است، راهبردها و برنامه‌ریزی‌ها بلندمدت و ارزیابی بر اساس عملکرد و تمرکز و پیچیدگی کم و در پی آن کنترل نیز کم و دارای فرهنگ مناسب با کارآفرینی باشد؛ یعنی در این سازمان‌ها افراد به یکدیگر احترام بیشتر گذاشته و با اعتماد و اعتقاد بیشتری به هم و سازمان نگاه می‌کنند، اهداف سازمان اهداف آنها می‌شود، روحیه خدمت در افراد متبلور شده و موفقیت هر فرد موفقیت سایر افراد می‌شود و بسیاری موارد از این قبیل؛ این موارد دست به دست هم می‌دهد و با استقرار کارآفرینی در سازمان یا کسب و کار و تغییر و تحولاتی که به سبب آن ایجاد می‌شود، می‌تواند اسباب موفقیت، پویایی و پیشرو بودن سازمان یا کسب و کار را فراهم کند و سازمان با سامان دادن مشکلات داخلی خود با فراغ بال بیشتر در زمینه تعیین یا اصلاح راهبردهای رقابتی در برون مجموعه اقدام کند و از این طریق ادامه حیات دهد. بدیهی است در غیر این صورت، سازمان‌ها یا کسب و کارها محکوم به فنا هستند. همیشه می‌توان در سازمان‌هایی که فرهنگ کارآفرینی در آنها حاکم و نهادینه شده است مشاهده کرد که کارکنان از عوامل اصلی موفقیت هستند و در این سازمان‌ها تفویض اختیار فراوان وجود دارد. اخلاق سازمانی با کارآفرینی تجانس دارد و سازمان‌ها برای رسیدن به راهبرد کارآفرینانه یا نگهداری از آن در تلاش‌اند. سازمان‌ها برای عقب نماندن در کورس رقابت از کارآفرینی استفاده می‌کنند.

در انتها با توجه به نتایج پژوهش موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

- الزامی کردن آموزش کارآفرینی برای کلیه پرسنل سازمان به عنوان آموزش‌های ضمن خدمت و اعطای امتیاز خاص برای آنان

- برگزاری جشنواره ملی کارآفرینان سازمانی و انتخاب کارآفرینان برتر سازمانی تا با این عمل موضوع کارآفرینی در سازمان و نهادینه‌سازی آن
- توسعه فرهنگ کارآفرینی از راه مستندسازی و انتشار تجربیات کارآفرینانه
- تشکیل دفاتر کارآفرینی در سازمان با الزام قانونی
- توسعه اتوماسیون اداری در سازمان و نهادهای عمومی و دولتی به منظور تسهیل و حذف مراحل اداری غیرضروری
- کاهش بوروکراسی اداری نامناسب در سازمان‌ها و موسسات مانند شهرداری‌ها، ادارات صنایع و معادن استان‌ها، گمرکات، ثبت شرکت‌ها که متولی صدور مجوزهای قانونی لازم برای کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط هستند
- آموزش کارآفرینی و آموزش کارآفرینانه در مقاطع تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و ...
- کاهش موانع اداری راه‌اندازی کسب و کارهای جدید و فعالیت‌های کارآفرینانه
- افزودن فعالیت‌های کارآفرینانه به ارزیابی عملکرد سالیانه کارکنان و مدیران سازمان‌ها
- توسعه پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد کسب و کارهای کوچک
- ایجاد، توسعه و تقویت کلینیک‌های مشاوره کارآفرینی در شهرک‌ها و خوشه‌های صنعتی کشور.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: پردیس.
- احمدی، سیدعلی‌اکبر و حسن درویش (۱۳۸۷). مبانی کارآفرینی، تهران: دانشگاه پیام نور.

- ایمانی‌پور، نرگس و مهدی زیودار (۱۳۸۷). بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد (مطالعه موردی: نمایندگی‌های فروش شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران)، توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۲، ۳۴-۱۱.
- ایزدیار، لاله (۱۳۸۸). بررسی رابطه کارآفرینی اجتماعی و سرمایه اجتماعی در وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی و سازمان محیط زیست، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- بخشی، غلامرضا (۱۳۸۱). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی در دانشگاه مازندران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران، به راهنمایی: مهرداد مدهوشی.
- بدری احسان، لیاقت‌دار، محمدجواد، عابدی، محمدرضا و ابراهیم جعفری (۱۳۸۵). بررسی قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، سال دوازدهم، شماره ۲، صص ۷۳-۹۱.
- پورراکی، سیدمحمد (۱۳۸۸). رابطه بین توانمندسازی مدیران و کارآفرینی در شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور مرکز تهران.
- تقی‌زاده، هوشنگ تاری، غفار و سیدرضا موسوی (۱۳۸۶). سنجش میزان کارآفرینی سازمانی - مطالعه موردی، علوم مدیریت، سال اول، شماره ۳، صص: ۱۸۰-۱۵۵.
- خدمتی، توسل (۱۳۷۹). آموزان در نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۷۸-۱۳۷۹، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.

- رستگار هروکی، زهرا (۱۳۸۸). سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کتاب‌داران و اطلاع‌رسانان شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی شهر تهران، کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا.
- رضازاده، حسین (۱۳۸۲). بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل تأمین اجتماعی تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- شائمی برزکی، علی و هادی تیموری (۱۳۸۵). رابطه کارآفرینی و نوآوری در سطح خرد و کلان، مجموعه مقالات نخستین کنفرانس ملی مدیریت تحول، اصفهان، دانشگاه اصفهان.
- شاه‌حسینی، علی (۱۳۸۳). کارآفرینی، تهران: ایبژ.
- شریف‌زاده، مریم (۱۳۸۲). بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کشاورزی در راستای تقویت روحیه کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز.
- صباغیان، زهرا؛ احمدپور داریانی، محمود و محمد عزیزی (۱۳۸۴). بررسی ویژگی‌های کارآفرینی دانشجویان، فصلنامه پیام مدیریت، شماره ۱۳ و ۱۴.
- صفرزاده، حسین (۱۳۸۴). طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرآیند کارآفرینی سازمانی با تأکید بر شرکت‌های پخش سراسری در ایران، رساله دکترای تخصصی، دانشگاه تهران.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۲). سازمان‌های کارآفرینی، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- صمدآقایی، جلیل (۱۳۸۵). خلاقیت جوهره کارآفرینی، چ ۱، تهران: نشر مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

- عبدالعلی، حامد (۱۳۸۸). رابطه بین مؤلفه‌های جو سازمانی و کارآفرینی اجتماعی در سازمان، (مورد مطالعه: شرکت ایران خودرو)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- علی میری، مصطفی (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی: پیدایش، توسعه، گرایش و چالش‌ها، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره ۱، ۱۶۹-۱۳۳.
- عمرانی طبرستانی، زهرا (۱۳۸۸). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر کارآفرینی اجتماعی در ایران از دیدگاه فعالان اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- قاسم‌نژاد، نیما و میرحسین سیدی (۱۳۸۸). دانشگاه کارآفرین پارادایمی نوین در رشد و توسعه صنعت، همایش اشتغال و کارآفرینی، دانشگاه پیام نور، میانه.
- قهرمانی، محمد؛ پرداختچی، محمدحسن و ظاهر حسین‌زاده (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱، صص: ۳۹-۲۵.
- کرباسی، علی؛ مهرداد شرافت؛ محمد ولدخانی و حامد عظیم‌زادگان (۱۳۸۱). مروری بر ادبیات کارآفرینی، فصلنامه صنایع، شماره ۳۳، صص: ۳۲-۲۷.
- کرد نایبج، اسدالله؛ اکبری، حسن و علی رضاییان (۱۳۸۶). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه، شرکت صنعت چوب شمال، مدرس علوم انسانی، سال یازدهم، شماره ۳، پیاپی ۵۵، صص: ۱۶۰-۱۴۱.
- مقیمی، محمد (۱۳۸۱). طراحی و تبیین مدل کارآفرینی سازمانی برای سازمان‌های غیردولتی (NGOs)، رساله دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- مقیمی، محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی نهادهای جامعه مدنی، تهران: دانشگاه تهران.

- نیازی، محسن و محمد کارکنان نصرآبادی (۱۳۸۶). دانشگاه کارآفرین، همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی، دانشگاه سمنان.
- هادی‌زاده مقدم، اکرم و فرج‌الله رحیمی (۱۳۸۳). کارآفرینی سازمانی، تهران: جانان.
- یارایی، علیرضا (۱۳۸۳). بررسی برخی روحیات کارآفرینی در بین دانشجویان و مقایسه آن با مدیران صنایع، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تحصیلات تکمیلی، دانشگاه شیراز.
- Adent, N., Davice, P. (2002). *Markets for Schooling: An economic analysis*. Routiedge Press.
- Bosma, N., Acs, Z. J., Autio, E., Coduras, A., & Levie, J. (2008). *Global Entrepreneurship, Monitor. 2008 Executive Report*. From <http://www.gemconsortium.org/>.
- Brenkert, G. G. (2009). Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 24, 448–464.
- Buchholz, R. A., Rosenthal, S. B. (2005). The Spirit of Entrepreneurship and the Qualities of Moral decision making: Toward a unifying framework, *Journal of Business Ethics*, 60, 307–315.
- De Burin, B. C., & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue toward building cumulative knowledge on women entrepreneurship, source paper *Entrepreneurship Theory and practice*: 1-14.
- Harbi, S. E., Anderson, A. R. (2010). Institutions and the shaping of different forms of entrepreneurship, *The Journal of Socio-economics*, 39, 436-444.
- Heinonen, J., Korvela, K. (2003). How about measuring intrapreneurship. TTurku, *Finland*: 1-18.

- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2000). *Entrepreneurship education and training*. London, Ashgate Publishing Limited.
- Kearney, C., Hisrich, R., Roche, F. (2008). A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship, *In entrepreneurship J*, 4, 295-313.
- Mccline, R. L. (2004). Opportunity Recognition: An Exploratory Investigation of a Component of the Entrepreneurial Process in the Context of the Health Care Industry: Theory and Practice, *Tertiary Education Management*, 25, issue 2, 81-94.
- Miles, M. P., Govin, J. G. (2002). Exploring the practice of corporate venturing: Some common forms and their organizational implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (3). 21-40.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F. (2002). *Corporate entrepreneurship*, Mason. OH: south – western college publishers.
- Nasuridin, A. M., Ramayah, T., & Beng, Y. C. (2006). Organizational structure & organizational climate as potential predictors of job stress, *International Journal of Commerce & Management*, 16 (2), 116-129.
- Nga, J. K. H., Shamuganathan, G. (2010). Influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95, 259–282.
- Raynor, M. E. (2008). Strategic options: A new tool for managing in turbulent environments. 9 (1), 21-29, QEmerald Group Publishing Limited, ISSN 1751-5637 Business Strategy Series.

- Rogene, A. (2005). Buchholz Sandra B. Rosenthal, Spirit of Entrepreneurship and the Qualities of Moral Decision Making: Toward A Unifying Framework, 60 (3), 307-315.
- Sadler, R. J. (2000). Corporate Entrepreneurship in the public sector the dance of the chameleon, *Australian Journal of Public Administration*, 59 (2), 25-43.
- Van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What's the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29, 351-382.
- Wong, K. Y. (2005). Critical success factors for implementing knowledge management in small and medium enterprises, *Industrial Management & Data Systems*, 105 (3), 261-79.

