

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

Investigating the relationship between organizational climate and entrepreneurship morale; the case of Iran khodro Dizel Corporation

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۴/۲۱، تاریخ دریافت نسخه نهایی: ۱۳۹۱/۶/۲، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۲/۲/۱۵

A. A. Saadattalab., (Ph.D Student), M. Alimardani., (M.A), A. Fatollahi., (Ph.D)

Abstract: The research was to examine the relationship between organizational climate and Entrepreneurship Morale among the working staff of the Iran Khodro Dizel Corporation. The research applied a descriptive correlational method to study 196 participants chosen from among the staff personnel of the Corporation through the stratified random sampling. Two questionnaires were used as the main instruments of the study. The first one (the entrepreneurship morale questionnaire) designed by the researcher based on the basic theoretical and scientific principles of designing items for the variable entrepreneurship morale. The validity of the questionnaire was determined with respect to the views of a number of faculty members in administration and Cronbach Alpha analysis was applied to ascertain the reliability of the questionnaire. The second questionnaire was the standard questionnaire of the organizational climate (Sam deep & Lyle Sussman) which is based on the ideas and investigations made by Halpin & Croft. The collected data were analyzed through both descriptive and inferential statistics (Pearson Correlation, Multiple regression One_ Way analysis of variance and Scheffe test). The results of this research showed that there is a significant relationship between organizational Climate and entrepreneurship Morale of the participants. In addition, a significant and positive relationship was found between the components of the two variables. In other words participants with BS and above degrees showed higher levels of entrepreneurship morale than those with lower degrees. Finally, there was no significant relationship between working experience and the participant's entrepreneurship morale. This is to say that participants with greater working experience were not necessarily higher in entrepreneurship morale.

Key words: Organizational Climate, entrepreneurship Morale, Iran Khodro Diesel.

آیت الله سعادت طلب^۱، مهرداد علیمردانی^۲ و احمد فتح الهی^۳

چکیده: هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی در کارکنان شرکت "ایران خودرو دیزل" می باشد. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است و جامعه مورد پژوهش، کلیه کارکنان ستادی شرکت "ایران خودرو دیزل" هستند که با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۹۶ نفر از آنان انتخاب شده‌اند. ابزار پژوهش شامل: پرسشنامه محقق- ساخته (پرسشنامه روحیه کارآفرینی) که بر اساس مبانی نظری و تجربی طراحی و مولفه های روحیه کارآفرینی اندازه گیری شد و برای اندازه‌گیری جو سازمانی از پرسشنامه استاندارد جو سازمانی برگرفته از نظرات و تحقیقات هالپین و کرافت است، استفاده شده است. داده‌های حاصل از ابزار پژوهش، به دو شیوه توصیفی و استنباطی (ضرب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندمتغیره، تحلیل واریانس یکطرفه و آزمون شفه) تحلیل آماری شده‌اند. نتایج بدست آمده از پژوهش حاکی از آن است که بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی در بین کارکنان شرکت "ایران خودرو دیزل" رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه به صورت مثبت و مستقیم است. همچنین بین مولفه‌های جو سازمانی و مولفه‌های روحیه کارآفرینی در شرکت "ایران خودرو دیزل" به صورت مثبت و مستقیم رابطه معناداری وجود دارد. در خصوص تاثیر مدرک تحصیلی و سابقه کار کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان نتایج بیانگر آن است افراد دارای مدرک تحصیلی لیسانس در مقایسه با افراد دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم از روحیه کارآفرینی بالاتری برخوردارند. سابقه کار کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان تاثیر ندارد. به عبارت دیگر افرادی که دارای تجربیات بیشتری بودند، لزوماً دارای روحیه کارآفرینی بالایی نبودند.

کلیدواژه‌ها: جو سازمانی، روحیه کارآفرینی، شرکت "ایران خودرو دیزل"

۱. دانشجوی دکتری برنامه ریزی توسعه آموزش عالی دانشگاه شهید بهشتی saadattalab2009@gmail.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه شهید بهشتی

۳. عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور

مقدمه

اقتصاد جهانی در حال ایجاد تغییرات بنیادی و اساسی برای سازمان‌ها در سرتاسر جهان است. این تغییرات تمام شرکت‌های تجاری را ملزم می‌سازد تا به‌طور دقیق هدف خود را بررسی کرده، توجه زیادی به انتخاب و دنبال کردن استراتژی‌هایی داشته باشند که سطوح بالایی از موفقیت را برای بسیاری از افراد ذربط به دنبال دارند. بسیاری از شرکت‌های تأسیس شده در پاسخ به تغییرات سریع و چشمگیری که در محیط داخلی و خارجی‌شان رخ می‌دهد، ساختار عملیات خود را به‌طور ریشه‌ای بازسازی کرده‌اند (شهائی، ۱۳۸۶: ۱۴).

کشورهای امروزی باید انقلابی در اذهان مدیران و کارکنان خود به‌وجود آورند، تا به‌طور اساسی مفهوم سازمان، کار، کیفیت و رقابت در ذهن آنها دگرگون شود. در چنین شرایطی به کارآفرینانی نیاز است تا بتوانند از طریق خلاقیت^۱، نوآوری^۲، پشتکار، اعتمادبه‌نفس^۳ و تحمل ابهام^۴، خون تازه‌ای در کالبد اقتصاد کشور بیندازند و گامی مؤثر در جهت حل بحران اشتغال بردارند (کردناییچ، ۱۳۸۶: ۷۵). آنچه که شرکت‌ها به عنوان مزیت رقابتی در مقابل سایر رقبای خود در نظر می‌گیرند، به‌سرعت توسط دیگران تقلید شده، از اهمیت آن کاسته می‌شود؛ لذا مدیران سازمان‌ها بایستی به‌طور پیوسته با ترکیب جدیدی از منابع خود، مزیت جدیدی را فراهم کنند. اینجاست که اهمیت نیروی انسانی خلاق و به‌عبارت دیگر، کارآفرینان سازمانی در شرکت‌ها برجسته می‌شود و با وجود چنین افرادی است که یک شرکت می‌تواند خود را به‌عنوان شرکتی کارآفرین و پیشرو معرفی کند. وجود بستر مناسب برای فعالیت‌های کارآفرینانه سازمانی و نیز محیط بیرونی پشتیبانی‌کننده از این‌گونه فعالیت‌ها، از جمله فعالیت‌های مهم به‌شمار می‌رود (جدی و زنجانی، ۱۳۸۰: ۲۹).

یکی از عواملی که سبب دگرگونی چهره اقتصادی، اجتماعی و صنعتی یک کشور می‌شود، برخورداری از روحیه کارآفرینی^۵ است. سرمایه‌داری کلاسیک در بازارهای پرقابلیت جهانی، به مرور قدرت خود را از دست خواهد داد؛ کسانی در عرصه بین‌المللی به حیات اقتصادی - اجتماعی خود ادامه می‌دهند که روحیه کارآفرینی داشته باشند. برای پرداختن به این مهم، ایجاد فضایی مناسب در اولویت قرار می‌گیرد. جوّ سازمانی^۶ مناسب می‌تواند در انگیزش، بهبود روحیه، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و ازدیاد خلاقیت و نوآوری آنان مؤثر باشد و به‌عنوان منبعی در

1. Creativity
2. Innovativeness
3. Self Confidence
4. Tolerance for Ambiguity
5. Entrepreneurship Moral
6. Organizational climate

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

تأمین سلامت روانی کارکنان به حساب آید. با وجود این، جوّ سازمانی نامناسب می‌تواند منبع عمده فشار روانی نیز باشد (صمدی و اصفهانی، ۱۳۸۵: ۱۶۶).

پارادایم‌های رقابت در قرن بیستم سیر تحولی داشته‌اند؛ به‌گونه‌ای که در ابتدا رقابت بر مبنای قیمت، سپس بر مبنای کیفیت و در حال حاضر بر مبنای نوآوری و خلاقیت شکل گرفته است (امین و رضانی، ۱۳۸۷: ۴۷).

آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه بیش از پیش احساس می‌شود، پرداختن به مقوله اساسی کارآفرینی است؛ زیرا کارآفرینان با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود قادرند منابع لازم برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و منابع انسانی را در چنین شرایطی فراهم کرده، اشتغال و کسب‌وکار جدید ایجاد کنند و با نوآوری صنعتی، بر توسعه دامنه محصولات و خدمات بیفزایند (آقازاده و رضازاده، ۱۳۸۳: ۴۷).

کارآفرینی برای دوره قابل‌توجهی، یک عرصه تحقیقاتی در میان اقتصاددانان و محققان سرتاسر جهان بوده است. این علاقه طولانی‌مدت و شدید تحت‌الشعاع چندین مؤلفه است:

فعالیت کارآفرینی برای اقتصادهای توسعه‌یافته ابزار است برای نوسازی اقتصادهای اشباع‌شده و فائق آمدن بر مشکلات بیکاری که از طریق خلق فرصت‌های شغلی جدید تحقق می‌یابد؛ به علاوه کارآفرینی به‌عنوان یک کاتالیزور و انکوباتور بالقوه برای پیشرفت تکنولوژیکی و نوآوری در محصول و بازار پذیرفته شده است (مولر و توماس^۱، ۲۰۰۰: ۳).

کارآفرینی را می‌توان چنین تعریف نمود: "فرآیند کشف و توسعه یک فرصت، در یک شرکت تازه تأسیس یا در حال کار، برای تولید ارزش جدید با استفاده از نوآوری و خلاقیت و هم‌چنین در اختیار گرفتن آن فرصت، بدون استفاده از سایر منابع (از قبیل انسان و سرمایه) بدون توجه به جایگاه فرد کارآفرین (در یک شرکت تازه تأسیس یا در حال کار) (آنتونکیس و هایسریچ^۲، ۲۰۰۳: ۹).

کارآفرینی یکی از ارزانت‌ترین ابزارها با بهترین نتیجه و بیشترین کارایی برای توسعه اقتصادی است. بدین منظور ایجاد جوّ مناسب در سازمان‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است و برای رشد و شکوفایی کارآفرینان و نهادینه کردن کارآفرینی در سازمان‌ها محیطی همگام با این مهم نیاز است. جوّ مطلوب و همگام با کارآفرینی مستقیماً تأثیراتی را در سطوح فردی و گروهی می‌گذارد و با توجه به پیامدهایی که دارد، منجر به کارآفرینی می‌شود. ویلیامز و همکارانش معتقدند که جوّ می‌تواند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در عملکرد سازمان‌ها اثر بگذارد. آن‌ها با اندازه‌گیری

1. Muller & Toma

2. Antoncic & Hisrich

جنبه‌های جو هم‌چون اعتماد، صداقت، وحدت و عدالت، دریافتند که این جنبه‌ها به کارآفرینی سازمانی مربوط می‌شود (ویلیامز^۱، ۱۹۷۹).

بنابر مطالعات انجام‌شده تحقق رویکرد مشارکتی^۲، مستلزم صمیمیت^۳ میان کارکنان، رفتار حمایتی مدیر و جو محیطی آرام و... است که در مجموع، جو سازمانی حاکم بر سازمان را تشکیل می‌دهند (اصلاخانی، ۱۳۷۵؛ قبادی، ۱۳۷۵؛ ملک نی، ۱۹۹۵ به نقل از نوه ابراهیم و همکاران، ۱۳۸۰؛ جهانداری و علوی، ۱۳۸۱).

جو سازمانی به‌ویژه به کیفیت درونی یک سازمان اشاره می‌کند؛ به‌گونه‌ای که اعضای آن، این کیفیت را "ادارک و تجربه" می‌کنند. به‌عبارت دیگر، مجموعه ویژگی‌های درونی‌ای که مؤسسه‌ای را از مؤسسه دیگر متمایز می‌سازد و رفتار کارکنان آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد، جو سازمانی مؤسسه نامیده می‌شود (علاقه‌بند، ۱۳۷۸). جو سازمانی به‌عنوان عنصری مهم و اساسی در تعیین اثربخشی سازمانی شناخته شده است (دنيسن^۴، ۱۹۹۶؛ جمشیدیان و همکاران، ۱۳۷۶؛ منوریان، ۱۳۷۷).

در خصوص تأثیر جو سازمانی بر روحیه کارآفرینی کارکنان در شرکت ایران خودرو، با توجه به بررسی‌های انجام پذیرفته توسط نویسندگان مقاله تاکنون پژوهش منسجم و سازمان‌یافته‌ای صورت نگرفته است و به‌همین خاطر، نوعی خلاء پژوهشی در این مورد احساس می‌شود. با توجه به نقش و اهمیتی که صنعت ایران خودرو در رشد و توسعه کلان اقتصادی کشور دارد، برخورداری از جو سازمانی مطلوب در این صنعت موجب نشاط سازمانی و افزایش روحیه کارکنان در دستیابی به اهداف عالی سازمان می‌گردد. افزایش روحیه کارآفرینی کارکنان در پرتو برخورداری از جو سازمانی مبتنی بر همدلی، اعتماد، عدالت و... محقق می‌گردد. بر این اساس آن‌چه مسئله اصلی پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد، بررسی رابطه بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی کارکنان شرکت ایران خودرو دیزل می‌باشد. این پژوهش به‌دنبال پاسخ‌گویی به این سوال است که آیا رابطه‌ای بین جو سازمانی شرکت ایران خودرو دیزل و روحیه کارآفرینی کارکنان آن وجود دارد؟ هم‌چنین نقش جو سازمانی و اهمیت آن در ایجاد و توسعه فرصت‌های کارآفرینی کارکنان به چه صورت است؛ آیا جو سازمانی مناسب می‌تواند به ایجاد و پرورش روحیه کارآفرینی در بین کارکنان منجر گردد؟

-
1. Williams
 2. Participative Approach
 3. Intimacy
 4. Denision

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

عابدزاده (۱۳۸۷) پژوهشی با عنوان بررسی رابطه جو سازمانی با روحیه کارآفرینی در دانش-آموزان دختر دبیرستان انجام داده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد رابطه مثبت و معناداری بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی وجود دارد. میان شاخص‌های جو سازمانی (صمیمیت، نبود جوشش و بازدارندگی) با روحیه کارآفرینی در سطح $(\alpha = 0/05)$ رابطه معناداری وجود دارد، اما میان سایر شاخص‌های جو سازمانی (روحیه، کناره‌گیری، نفوذ، تأکید بر تولید و مراعات) با روحیه کارآفرینی رابطه معناداری به دست نیامده است.

قاسمی‌نژاد و سیادت (۱۳۸۳) پژوهشی را با عنوان "بررسی رابطه جو سازمانی با استرس شغلی و آثار آن بر دبیران مدارس متوسطه انجام دادند که نتایج پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

- بین جو سازمانی و استرس شغلی رابطه معناداری وجود دارد.
- در تعیین رابطه بین جو سازمانی با شاخص‌های استرس شغلی، بیشترین رابطه به شاخص مسائل مربوط به دانش‌آموزان تعلق دارد.
- رابطه بین شاخص‌های جو سازمانی و استرس شغلی رابطه معناداری است.

در پژوهش دیگری که توسط فولادوند (۱۳۸۶) با عنوان بررسی رابطه جو سازمانی با سلامت روانی کارکنان بیمارستان‌های دولتی شهرستان ایلام انجام گرفت، نتایج پژوهش نشان داد که بین جو سازمانی و سلامت روانی کارکنان در سطح $(\alpha = 0/05)$ رابطه معناداری وجود دارد. از میان ابعاد نه‌گانه سلامت روان، بین پنج بعد آن، شامل: اختلال وسواس-اجبار، افسردگی، اضطراب، ترس مرضی و روان‌پریشی با جو سازمانی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

کدیور (۱۳۷۸) ضمن بررسی جو سازمانی مدارس شهر تهران، اذعان می‌دارد جو مدرسه به عنوان بستری برای رشد شخصیت دانش‌آموزان و روحیه کارآفرینی در آنان اهمیت زیادی دارد. توکلی طبا (۱۳۷۸) در تحقیق خود با عنوان "رابطه بین جو سازمانی و بیگانگی از کار معلمان مدارس ابتدایی شهر تهران"، به این نتیجه دست یافته است که بین جو سازمانی حاکم بر مدارس (باز، بسته، متعهد و بیگانه) با میزان احساس بیگانگی از کار، بی‌قدرتی، ناهنجاری و انزوای اجتماعی در معلمان، رابطه معناداری با اطمینان ۹۹٪ وجود داشته است.

صادقی و فتحی (۱۳۸۱) در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه جو سازمانی و رضایت شغلی معلمان، به نتایج زیر دست یافتند:

- بین جو سازمانی باز مدارس با میزان رضایت شغلی معلمان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین جو سازمانی متعهد مدارس و میزان رضایت شغلی معلمان، رابطه معناداری وجود دارد.
- بین جو سازمانی بیگانه مدارس و میزان رضایت شغلی معلمان، پیوستگی ضعیفی وجود دارد.
- بین جو سازمانی بسته و میزان رضایت شغلی معلمان، پیوستگی متوسطی وجود دارد.
- بین جنسیت و رضایت شغلی معلمان، رابطه معناداری وجود ندارد.

مطالعه‌ای توسط سولومون^۱، وینسلو^۲ و ایمن^۳ (۲۰۰۷) تحت عنوان "نقش جوّ در پرورش (ارتقای) رفتار نوآورانه در شرکت‌های کسب‌وکاری کوچک مبتنی بر نوآوری" انجام شد. هدف اصلی تحقیق، بررسی و درک رابطه بین نوآوران در شرکت‌های کسب‌وکاری کوچک با جوّ سازمانی جهت ایجاد و خلق محصولات نوآورانه بود. نتیجه‌ای که از این تحقیق گرفته شد این بود که جوّ موجود در درون یک سازمان، مهم‌ترین عامل توانایی سازمان برای سازگاری، خلاقیت، تداوم، رشد و هم‌چنین تعریف و بازتعریف شایستگی‌های اصلی سازمان است و در نهایت در فرآیند تأثیر بر رفتار نوآورانه افراد اهمیت بسزایی دارد.

دونیسی (۲۰۰۳) به نقل از دیوید سون^۴ (۲۰۰۳) در پژوهشی به بررسی پیامدهای تأثیر کارآفرینی سازمانی، انعطاف‌پذیری، تمایل به بازار و رضایت شغلی پرداخته است که نتایج آن نشان می‌دهد، رابطه‌ای معنادار بین سطح اعتماد با کارآفرینی سازمانی وجود دارد. سطح بالای اعتماد در بین اعضای سازمان، تأثیر مثبتی از طریق تبادل اطلاعات، بر نوآوری می‌گذارد. بر همین اساس، اعتماد در سازمان زمانی افزایش می‌یابد که کانال‌های اطلاعاتی باز باشد.

رندال شومر به نقل از دیویدسون و ویکلند (۲۰۰۱) در سال ۱۹۸۶ ارتباط بین آزادی عمل و تشویق ناشی از عوامل ساختاری و رویه‌های سازمانی را بررسی کرده و در رابطه با پرورش افراد کارآفرین در سازمان معتقد است که اگر سازمان دارای خصوصیات زیر باشد، از فعالیت‌های کارآفرینی پایین به فعالیت‌های کارآفرینی بالا ارتقا می‌یابد:

- واحدهای کاملاً مستقل و طبقه‌ای
- ایجاد گروه‌های ریسک‌کننده مستقل از شرکت‌ها
- حداقل کردن بوروکراسی
- انعطاف‌پذیری

فرضیه‌های پژوهش

- (۱) بین جوّ سازمانی و روحیه کارآفرینی در بین کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.
- (۲) بین مؤلفه‌های جو سازمانی و مؤلفه‌های روحیه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

1. Solomon
2. Winselow
3. Ayman
4. Davidsson

سوالات پژوهش

- ۱- آیا مدرک تحصیلی کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آن‌ها تاثیر دارد؟
- ۲- آیا سابقه کار کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان تاثیر دارد؟

روش پژوهش

با توجه به ابزارهای مورد استفاده، عنوان پژوهش و همچنین تلاش پژوهشگر در بررسی رابطه بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی، روش پژوهش از نوع پیمایشی و همبستگی بوده است.

جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان ستادی (رسمی و قراردادی) شرکت ایران خودرو دیزل است که ۴۰۰ نفر هستند.

نمونه و روش نمونه‌گیری

با استفاده از جدول کرجسی - مورگان ۱۹۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد.

ابزارهای گردآوری داده‌ها

در تحقیق حاضر از دو ابزار به‌منظور گردآوری داده‌های پژوهش استفاده شده است: برای اندازه‌گیری جو سازمانی از پرسشنامه استاندارد جو سازمانی (Lyle sussman& sam deep) و برای ارزیابی روحیه کارآفرینی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده که شامل ابعاد زیر می‌باشد:

قدرت ریسک‌پذیری؛ انگیزه پیشرفت؛ خلاقیت و نوآوری؛ مسئولیت‌پذیری؛ اعتمادبه‌نفس؛ عمل‌گرایی؛ آینده‌نگری؛ حس استقلال‌طلبی؛ قاطعیت؛ داشتن عزم و اراده؛ حس رقابت‌جویی؛ استفاده از فرصت‌ها و تغییرات محیطی.

روایی و پایایی

برای تعیین پایایی پرسشنامه استاندارد جو سازمانی، از آلفای کرونباخ استفاده شده است که بعد از اجرا بر روی ۳۰ نفر از کارکنان، ضریب آلفای ۰/۸۹ به‌دست آمد. برای تعیین روایی پرسشنامه روحیه کارآفرینی از دیدگاه و نظرات استادان در این زمینه استفاده شده است. جهت

تعیین پایایی این ابزار از آلفای کرونباخ استفاده شده است که بعد از اجرا بر روی ۳۰ نفر از کارکنان ضریب آلفای ۰.۸۳ به دست آمد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های حاصل از اجرای ابزارهای پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی تحلیل آماری شده‌اند. در تحلیل توصیفی از شاخص‌هایی چون فراوانی، میانگین، درصد و در تحلیل استنباطی از روش همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس یک راهه، روش همبستگی چندمتغیره و نیز آزمون تعقیبی شفه استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

الف) یافته‌های توصیفی

با توجه به داده‌های حاصل، ۷/۸۴٪ از اعضای نمونه را مردان و ۳/۱۵٪ آن را زنان تشکیل می‌دهند. ۲۶٪ از اعضای نمونه دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۲۶٪ فوق دیپلم ۸/۴۱٪ لیسانس و ۱/۶٪ فوق لیسانس بوده‌اند.

۲/۱۱٪ از اعضای نمونه از لحاظ سنوات خدمت دارای سابقه ۱ الی ۵ سال، ۱/۵۳٪ دارای سابقه ۶ الی ۱۰ سال، ۹/۲۱٪ دارای سابقه ۱۱ الی ۱۵ سال، ۷/۹٪ دارای سابقه ۱۶ الی ۲۰ سال، ۰/۱٪ دارای سابقه ۲۱ الی ۲۴ سال و ۱/۳٪ دارای سابقه ۲۵ تا ۳۰ سال هستند.

۴/۲۱٪ از اعضای نمونه در گروه سنی ۲۵ الی ۲۹ سال، ۹/۴۲٪ در گروه سنی ۳۰ الی ۳۵ سال، ۲۵٪ در گروه سنی ۳۶ الی ۴۰ سال، ۱/۶٪ در گروه سنی ۴۱ الی ۴۵ سال و ۶/۳٪ در گروه سنی ۴۶ الی ۵۰ سال هستند.

ب) یافته‌های مبتنی بر فرضیات پژوهش

فرضیه اول:

بین جوّ سازمانی و روحیه کارآفرینی در شرکت ایران خودرو دیزل رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۱. نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه اصلی اول

کار آفرینی	متغیر پیش بین	
	متغیر ملاک	
۰/۴۷۱**	r	جوّ سازمانی
۰/۰۰۰۱	Sig	
۱۹۶	N	

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار $(r = .471)$ در سطح معناداری $(\alpha = .05)$ معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تأیید می‌گردد. بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه به صورت مثبت و مستقیم است.

فرضیه دوم

بین مؤلفه‌های جو سازمانی و روحیه کارآفرینی در شرکت "ایران خودرو دیزل"، رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۲. نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه دوم

روحیه کار آفرینی	متغیر پیش بین	
	مؤلفه های جو سازمانی	
.۳۷۴**	r	وضوح و توافق اهداف
	Sig	
	N	
.۰۰۰۱		
۱۹۶		
.۳۳۶**	r	وضوح و توافق نقش
	Sig	
	N	
.۰۰۰۱		
۱۹۶		
.۳۷۵**	r	رضایت از پاداش
	Sig	
	N	
.۰۰۰۱		
۱۹۶		
.۳۷۷**	r	توافق بر روی رویه ها
	Sig	
	N	
.۰۰۰۱		
۱۹۶		
.۴۱۴**	r	اثربخشی ارتباطات
	Sig	
	N	
.۰۰۰۱		
۱۹۶		

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار r در سطح $(\alpha = .05)$ معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تأیید می‌گردد؛ به عبارت دیگر

بین مؤلفه‌های جوّ سازمانی و روحیه کارآفرینی به صورت مثبت و مستقیم رابطه معناداری وجود دارد. برای این که بدانیم تأثیر کدام یک از مؤلفه‌های جوّ سازمانی بر روحیه کارآفرینی بیشتر است، از رگرسیون چندمتغیره استفاده کرده‌ایم.

جدول ۳. رگرسیون گام به گام روحیه کارآفرینی از روی مؤلفه‌های جوّ سازمانی

ضریب بتا	سطح معناداری	F	ضریب تبیین	R	منابع تغییرات متغیر پیش بین	گام
۰/۴۱۴	۰/۰۰۰۱ ^a	۴۰/۲۰۶	۰/۱۷۲	۰/۴۱۴	اثر بخشی ارتباطات	۱
۰/۳۲۹	۰/۰۰۰۱ ^b	۳۰/۴۴۸	۰/۲۴۰	۰/۴۹۰	اثربخشی ارتباطات توافق بر روی رویه‌ها	۲
۰/۲۷۵						

نتایج نشان می‌دهد که از میان ابعاد جوّ سازمانی، مؤلفه اثربخشی ارتباطات که در گام اول ارائه شده، وارد معادله شده است. این مؤلفه به تنهایی در سطح معناداری $(\alpha = .05)$ و با مقدار $(F = 40/206)$ حدود $17/2\%$ از تغییرات روحیه کارآفرینی را تبیین می‌کند. مقدار بتا نیز نشان می‌دهد که با هر واحد تغییر در مؤلفه ارتباطات، به میزان $۰/۴۱۴$ ، در روحیه کارآفرینی تغییر ایجاد می‌گردد. در گام دوم توافق بر روی رویه‌ها وارد معادله شده است. این مؤلفه نیز به تنهایی در سطح معناداری $(\alpha = .05)$ و با مقدار $(F = 30/448)$ حدود 24% از تغییرات روحیه کارآفرینی را تبیین می‌کند.

سوال اول: آیا مدرک تحصیلی کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آن‌ها تأثیر دارد؟

جدول ۴. نتایج تحلیل واریانس یکراهه در مورد فرضیه سوم

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجات آزادی	مجموع مجذورات	منابع تغییرات
۰/۰۰۲	۵/۳۱۰	۱۶۴/۸۱۶	۳	۴۹۴/۴۴۸	بین گروهی
		۳۱/۰۳۶	۱۹۲	۶۴۶۸/۹۶۱	درون گروهی
			۱۹۵	۶۴۵۳/۴۰۸	جمع

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

نتایج نشان داد که چون مقدار ($F=5/310$) در سطح ($\alpha=.05$) معنادار است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر، بین روحیه کارآفرینی کارکنان به تفکیک مدرک تحصیلی آنها تفاوت معناداری وجود دارد. جهت تعیین تفاوت از آزمون تعقیبی شفه استفاده شده است. با توجه به نتایج آزمون تعقیبی شفه، تفاوت معناداری بین میانگین گروه‌های چهارگانه مدرک تحصیلی در باب روحیه کارآفرینی وجود دارد؛ بدین معنا که بین میانگین گروه‌های دارای مدرک تحصیلی لیسانس با دیپلم تفاوت معناداری وجود ندارد. بین میانگین گروه‌های دارای مدرک تحصیلی لیسانس و فوق دیپلم تفاوت معناداری وجود دارد و بین گروه‌های دارای مدرک تحصیلی لیسانس و فوق لیسانس تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۵. نتایج آزمون تعقیبی شفه در مورد سوال سوم

I	J	اختلاف میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری
لیسانس	دیپلم	۲/۲۰۵۸۸	۱/۱۰۳۲۳	۰/۳۲۶
	فوق دیپلم	۳/۸۰۹۹۰	۰/۹۹۳۵۰	۰/۰۰۳
	فوق لیسانس	۴/۰۲۹۴۱	۱/۷۸۷۴۱	۰/۱۷۰

سوال دوم: آیا سابقه کار کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان تاثیر دارد؟

جدول ۶. نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه چهارم

روحیه کار آفرینی	متغیر پیش بین	
	متغیر ملاک	
۰/۰۶۸	r	سابقه کار
۰/۱۷۱	Sig	
۱۹۶	N	

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که چون مقدار ($r=.068$) در سطح معناداری ($\alpha=.05$) معنادار نیست، لذا چون فرض صفر را نمی‌توان رد کرد، فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان رد می‌گردد. به عبارت دیگر بین سابقه کار کارکنان و روحیه کارآفرینی رابطه معناداری وجود ندارد.

بحث و نتیجه گیری

جوّ سازمانی به عنوان عنصری مهم در اثربخشی سازمانی شناخته شده است (جمشیدیان و همکاران، ۱۳۷۶؛ منوریان، ۱۳۷۷؛ دنیسیون، ۱۹۹۶). برخی از پژوهشگران از جوّ سازمانی به عنوان متغیری مستقل که طرز تلقی و رفتار کارکنان در سازمان را تحت تأثیر قرار می دهد (اشنایدر، ۱۹۷۵؛ علوی و جهانداری، ۱۳۸۱؛ امیرتاش، ۱۳۷۸) و برخی دیگر به عنوان متغیری تعدیلگر که رفتار سازمانی و رفتار کارکنان را تعدیل می کند، یاد کرده اند (سرخابی، پرداختچی و ترابی کیا، ۱۳۸۰).

کارآفرینی نیز به عنوان یک مقوله کلیدی و موثر در توسعه اقتصادی جوامع مطرح است (ویلیماز، ۱۹۷۹؛ مولر و توماس، ۲۰۰۰؛ کردناییچ، ۱۳۸۶). ایجاد محیط و جوّ مناسب در سازمان - ها برای دستیابی به روحیه کارآفرینی بالا از نقش و تاثیرگذاری بالایی برخوردار است (صمدی و اصفهانی، ۱۳۸۵؛ ویلیماز، ۱۹۷۹؛ سلومون و همکاران، ۲۰۰۷؛ عابدزاده، ۱۳۸۷). بر این اساس برای رشد و شکوفایی کارآفرینان و نهایتاً نهادینه کردن کارآفرینی در سازمان ها، وجود جوّ و محیطی همگام با این مهم الزامی است. با توجه به نقش و اهمیت جوّ سازمانی در بالا بردن روحیه کارآفرینی کارکنان در این پژوهش به بررسی این موضوع پرداخته شده است که نتایج به - دست آمده به شرح زیر می باشد:

- بین جوّ سازمانی و روحیه کارآفرینی در بین کارکنان شرکت "ایران خودرو دیزل" رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه به صورت مثبت و مستقیم است؛ به این ترتیب به میزانی که کارکنان بر روی اهداف و نقش ها توافق بیشتری داشته، اهداف سازمان و نقش های آنان روشن باشد و همچنین ارتباطات به صورت دوطرفه بوده، کارکنان از پاداش خود رضایت داشته باشند، روحیه کارآفرینی افزایش پیدا می کند و هر چه جوّ سازمانی نامطلوب تر و بسته تر باشد، روحیه کارآفرینی افراد پایین می آید. این نتایج با یافته های مطالعات ویلسون و همکاران (۲۰۰۷)، عابدزاده (۱۳۸۷)، کدیور (۱۳۷۸) و دیوید سون (۲۰۰۳) همسو می باشد.

- بین مؤلفه های جوّ سازمانی و مؤلفه های روحیه کارآفرینی در شرکت "ایران خودرو دیزل" به صورت مثبت و مستقیم رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، روشن بودن اهداف سازمان، ایفای نقش های روشن و واضح در سازمان، رضایت از پاداش، توافق بر روی رویه ها و اثربخشی ارتباطات که از مؤلفه های جوّ سازمانی هستند، به طور مطلوب و گسترده ای باعث بالا رفتن روحیه کارآفرینی در بین کارکنان می شوند. این نتایج با یافته های مطالعات، عابدزاده (۱۳۸۷)، کدیور (۱۳۸۷) همسو می باشد.

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

- در سوال اول پژوهش مطرح شده بود که آیا مدرک تحصیلی کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان تاثیر دارد؟ نتایج نشان داد که مدرک تحصیلی کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی تاثیر دارد بدین گونه که افراد دارای مدرک تحصیلی لیسانس در مقایسه با افراد دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم از روحیه کارآفرینی بالاتری برخوردارند و افراد دارای مدرک تحصیلی لیسانس و فوق لیسانس دارای روحیه کارآفرینی یکسانی هستند و تفاوتی بین آنها وجود ندارد.

- سوال دوم پژوهش به بررسی این سوال می پردازد که آیا سابقه کار کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان تاثیر دارد؟ نتایج بیانگر آن است که سابقه کار کارکنان در افزایش روحیه کارآفرینی آنان تاثیر ندارد. به عبارت دیگر افرادی که سابقه کاری آنها بالاتر از بقیه و دارای تجربیات بیشتری بودند، لزوماً دارای روحیه کارآفرینی بالایی نبودند.

در شرکت های بزرگ برای انجام فعالیت های کارآفرینانه که به ماهیت و وسعت خاص آنها مربوط می شود، اولین مسئله این است که اندازه این شرکت ها ایجاب می کند تا مدیران برای اعمال کنترل، ساختار مشخصی را به وجود آورند. مسئله دوم زمانی به وجود می آید که این گونه شرکت ها بزرگ تر می شوند و رده های بیشتری به مدیریت اضافه می گردد. "افزایش رده های مدیریتی" به معنای افزایش فاصله عمودی بین مدیرعامل و سطوح پایین تر کارکنان می شود. سستی ارتباط مدیرعامل با کارگران سطوح پایین، روابط شخصی را مشکل می سازد. زمانی که مدیر کارآفرین، ارتباط خود را با کارگران از دست بدهد، به سختی می توان وجود سطح لازم کارآفرینی را در سازمان تضمین کرد. مسئله سوم در سازمان های بزرگ "نیاز به کنترل" است. زمانی که شرکتی بزرگ می شود، نیاز به کنترل در آن بیشتر می شود، در نتیجه، مدیر شرکت مجبور است استانداردهای اجرایی ثابت و کمیّت پذیری را ایجاد نماید. از این رو دیوانسالاری و گزارش ها، نسبت به برنامه ریزی ها برتری یافته و گزارش های کاری، بیشتر از نتایج آن، نظرات را جلب می کند و قوانین و استانداردها نسبت به رفتار کارآفرینانه مهم تر می شود.

پیشنهادات

با توجه به ارتباط مثبت بین جو سازمانی و روحیه کارآفرینی مسئولان با اتخاذ تدابیری مناسب می توانند جوی مثبت در شرکت ایجاد نمایند، جوی که زمینه مناسب را برای روحیه کارآفرینی فراهم نماید. جوّ سازمانی باز، صمیمانه و مطلوب، باعث به وجود آمدن روحیه کارآفرینی در سازمان می شود و محیط پرنشاط و صمیمی زمینه بروز ابداع و نوآوری در سازمان را ایجاد می کند و جوّ بسته، خشک و بی روح باعث بی علاقه گی کارکنان به کار و احساس تنفر نسبت به محیط کاری می شود، بنابراین به مسئولان ارشد سازمان پیشنهاد می شود که جوّ صمیمی و دوستانه در سازمان به وجود آورند. مدیران ارشد نباید توجه خود را صرفاً بر اهداف

سازمانی متمرکز کنند. کارکنان هم در سازمان مشغول کارند تا به هدف‌های خود برسند. در نتیجه مدیران ارشد شرکت "ایران خودرو دیزل" باید اهداف چالش‌برانگیزی را انتخاب کنند و کارکنان را در تعیین اهداف مشارکت دهند تا این هدف‌ها برای آنان روشن باشد، بر روی آن توافق داشته باشند و به کارکنان کمک کنند تا نقش‌های خود و دیگران در سازمان را بهتر درک کنند. مدیران ارشد باید به همه افراد سازمان اجازه دهند دیدگاه‌هایشان را ارائه دهند تا بر روی رویه‌ها توافق صورت گیرد. این امر باعث می‌شود که افراد با روش انجام فعلی کار موافق باشند و کار خود را با انگیزه انجام دهند. افراد بدون ارتباطات مؤثر، احساس وفاداری به یکدیگر و اهداف سازمان را از دست خواهند داد و هماهنگی و انگیزش لازم بین کارکنان به وجود نخواهد آمد، لذا مدیران ارشد "ایران خودرو دیزل" باید جوی را در سازمان به وجود بیاورند که باعث ایجاد ارتباطات دوجانبه بین افراد به نحو احسن شود و موانعی را که بر سر راه برقرار کردن ارتباط صحیح وجود دارد، از بین ببرند.

منابع

- آقازاده، ه و رضازاده، ح. (۱۳۸۳). کارآفرینان سازمانی. مجله تدبیر، شماره ۱۵۲.
- احمد پور داریانی، م. (۱۳۷۸). "کارآفرینی: تعاریف، الگوها، نظریات". تهران: انتشارات شرکت پردیس ۵۷، چاپ اول.
- امین پور، ف. (۱۳۸۱). بررسی تاثیر فرهنگ و جو سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
- امین، ف و رضانی، ع. (۱۳۸۷). توانمندسازی منابع انسانی راهکار کارآفرینی سازمانی. اولین همایش ملی مدیریت کارآفرینی تهران.
- پورسیف، م. (۱۳۸۵). بررسی رابطه جو سازمانی با استرس شغلی کارکنان گمرکات مستقر در تهران در سال ۱۳۸۵-۱۳۸۴. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- توکلی طبا، ه (۱۳۷۸). رابطه جو سازمانی و بیگانگی از کار معلمان مدارس ابتدایی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- جدی، س و زنجانی، م. (۱۳۸۰). توسعه کارآفرینی سازمانی در ایران. مجله تدبیر، شماره ۱۲۰.
- حسن مرادی، ن. (۱۳۸۵). "مدیریت کارآفرینی". موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت کرج.
- خانی جزنی، ج. (۱۳۸۷). اصول و مبانی فرهنگ کارآفرینی. تهران: مهرراوش.
- دلگشایی، ب، توفیقی، ش و کرمانی، ب. (۱۳۸۷). رابطه جو سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان و مدیران بیمارستان های آموزشی دانشگاه علوم پزشکی تهران، فصلنامه دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گناباد، دوره ۱۴. شماره ۴.

بررسی رابطه بین جو سازمانی با روحیه کارآفرینی (مورد شرکت "ایران خودرو دیزل")

ذبیحی، م و مقدسی، ع. (۱۳۸۵). کارآفرینی از تئوری تا عمل. مشهد: نشر جهان فردا.

شهبازی، ب. (۱۳۸۶). چالش‌های توسعه و آموزش کارآفرینی: نگاهی به نقش ویژگی‌های شخصیتی. کنفرانس ملی کار آفرینی. خلاقیت و سازمان های آینده. تهران.

صادقی، ع و فتحی ب. (۱۳۸۱). بررسی رابطه بین جو سازمانی و رضایت شغلی معلمان در شهرستان ماسال در استان گیلان. پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، سال دوم، شماره پنجم.

صمد آقایی، ج. (۱۳۸۵). "سازمان‌های کارآفرین". تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

صمدی، پ و شیرازدی اصفهانی، ه (۱۳۸۵). بررسی رابطه جو سازمانی مدرسه با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان دختر پایه دوم وسوم مقطع متوسطه شهر اصفهان. فصلنامه نوآوری آموزشی، شماره ۱۶، سال پنجم.

عابدزاده، ح. (۱۳۸۷). بررسی رابطه جو سازمانی با روحیه کارآفرینی در دانش آموزان دختر دبیرستان های شهر کرمان. مجله رشد آموزش فنی و حرفه ای ویژه کارآفرینی، دوره چهارم، شماره ۱.

فولادوند، خ. (۱۳۸۶). بررسی رابطه جو سازمانی با سلامت روانی کارکنان بیمارستان های دولتی شهرستان ایلام. مجله علمی- پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه ایلام، دوره پانزدهم، شماره اول.

قاسمی نژاد، ا و سیادت، س ع. (۱۳۸۳). بررسی رابطه جو سازمانی با استرس شغلی آثار آن بر دبیران مدارس متوسطه، ماهنامه علمی- پژوهشی دانشگاه شاهد، سال یازدهم، دوره جدید شماره ۸.

کدیور، پ. (۱۳۷۸). بررسی جو سازمانی در مدارس شهر تهران. فصلنامه علوم انسانی دانشگاه الزهراء، شماره ۳۰

کرد نائیج، ا و شمس، ش. (۱۳۸۶). "نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال در کشور". مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.

Bostjan, A & Robert, D. H. (2003). Clarifying the entrepreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development* Volume 10, Number 1, pp.7-24.

Caruana, A. H., Morris, M. J & Vella, A. (1998). The Effect of Centralization and Formalization on Entrepreneurship in Export Firms, *Journal of Small Business management*. Jan, 36, 1. ABI/INFORM Global.

Davidsson, p. (2003). *The domain of entrepreneurship: some firm emergence & growth*. Vol.6.No3.

Davidsson, p. & Wiklund, J. (2001). levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestion for the future. *Entrepreneurship theory and practice*. Vol.26.No.4.

E. Echols, A & P. Neck, C. (1998). Impact of behaviors and Structure On Corporate Entrepreneurial Success. *Journal of Managerial Psychology*. Bradford: Vol.13.Iss.1/2.

Forehand, G & Gilmer, B. (1964). *Environmental variation in studies of organizational behavior* *Psychological Bulletin*. 62, 362-382.

George T, Solomon D.B.A; Erik k.Winselow; Ayman,T .(2007). The role of Climate in Fostering Innovative Behavior in Entrepreneurial SMEs, *Journal of Small Business Management*; 47.1; ABI/INFORM Global.

McMurray, Adela J, Pace, R. W. & Scott, D. (2004). "The relationship between Organizational commitment and organizational climate in Manufacturing". *Journal of Human resource development quarterly*.vol. 15.no. 4.

Peterson, A. M. (1992). Aspect of School Climate: A Review of the literature,ERS Sepctrum.N1.Win.

Thomas, A. S. & Mueller, S. L. (1998). Are Entrepreneurs the same across cultures?USASBE conference papers,available at:www.USASBE.org.

Williams, D.J. (1979). Change &Stability in values and values systems: a sociological perspective. In M.Rokeach (Ed.). Understanding human values.pp. 15-46. New York: Free Press.

