

مطالعه تأثیر جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان اداره ورزش و جوانان استان کرمانشاه)

.....
شهاب بهرامی
.....

چکیده

هدف مقاله حاضر مطالعه تأثیر جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی بر کارآفرینی سازمانی بود. جامعه آماری پژوهش همه کارکنان اداره ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. به روش نمونه‌گیری تصادفی ۲۶۱ نفر انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها، پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه آمابیل (۱۹۹۶)، اشتیاق شغلی سلاتو و شوفیلی (۲۰۱۰) و کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۱) به کار گرفته شد. برای تحلیل داده‌ها مدل معادلات ساختاری به کار گرفته شد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که ضریب مسیر بین جو سازمانی نوآورانه و کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۲۹، بین جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی برابر با ۰/۸۷ و اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۶۸ به دست آمد. بنابراین، همه فرضیه‌های پژوهش تأیید شد. کارآفرینی سازمانی پدیده‌ای پیچیده و چندبعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. بنابراین، نهادهای کردن و به کارگرفتن آن در سازمان‌ها مستلزم رویکردی واقع‌گرایانه و بلندمدت است.

واژگان کلیدی: اشتیاق شغلی، جو سازمانی، کارآفرینی سازمانی.

تاریخ پذیرش: ۱۵ خرداد ۱۳۹۷

تاریخ دریافت: ۱۸ فروردین ۱۳۹۷

* استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، کرمانشاه، ایران:

bahramishahab@yahoo.com

۱. مقدمه

دنیای امروز به طور فزاینده، در حال پیشرفت است و این امر ضرورت نوآوری، انعطاف‌پذیری، پاسخگویی و بهره‌وری اقشار فعال جامعه را برای بقا و موفقیت سازمان‌ها نشان می‌دهد. به این دلیل، باید استانداردهای جدیدی برای سازمان‌ها تدوین شود تا پاسخگوی چالش‌ها باشد و زمینه مناسبی را برای کارکنان فراهم کند تا بتوانند از مناسب‌ترین مهارت‌های آنان برخوردار باشند. یکی از عواملی که می‌تواند میزان رفتارهای مدنی سازمانی و فرانش کارکنان افزایش بخشد، جو سازمانی نوآورانه^۱ و خلاق و کارا است. این مؤلفه که از نظر نظریه‌پردازان مختلف مانند بورن^۲ (۲۰۰۸) عبارت سازمانی به تغییر فوری و عمیق در نحوه انجام‌دادن کار و عملکرد سازمانی منجر می‌شود.

کوراتکو و همکاران (۱۹۹۳) معتقد است کارآفرینی سازمانی فرایندی چندبُعدی است که با نیروهای بسیاری همراه است و به‌طور هماهنگ عمل می‌کند که به اجرای یک اندیشه نوآور منجر می‌شود که شامل ابعاد حمایت از مدیر، استقلال عملی شغلی، پاداش و تقویت، دردسترس بودن زمان (فرصت‌دادن)، مرزهای سازمانی است (احمد پورداریانی، ۱۳۸۳، ص ۱۳۸).

در عین حال، اشتیاق شغلی^۳ و میزان جذب و نیرومندی نسبت به کار، از جمله عوامل دیگری است که بر مؤلفه رفتار مدنی - سازمانی تأثیر می‌گذارد. اشتیاق شغلی کارکنان مشتمل بر سه جنبه شناختی، عاطفی و رفتاری است. جنبه شناختی اشتیاق شغلی مربوط به باورهای کارکنان درباره سازمان، رهبران و شرایط کار است. جنبه عاطفی اشتیاق شغلی مربوط به چگونگی احساس کارکنان و نحوه نگرش آن‌ها نسبت

1 Innovative organizational climate

2 Borne

3 Job engagement

به سازمان، رهبران و شرایط کار است. در نهایت، جنبه رفتاری اشتیاق شغلی کارکنان، عاملی است که برای سازمان ارزش افزوده ایجاد می‌کند و دربرگیرنده تلاش‌های آگاهانه و داوطلبانه کارکنان برای افزایش سطح اشتیاق شغلی خود است که به انجام‌دادن وظایف با حذف وقت و علاقه بیشتر منجر می‌شود (فیلیپس، ۲۰۰۹). رابطه قوی مدیر - کارمند جزء مهمی در اشتیاق کارکنان است.

علاوه بر این، با توجه به تغییرات دائمی که سازمان‌ها با آن‌ها مواجهند، اشتیاق برای آن‌ها ضروری است. سازمان‌ها امروزه نیاز به کارکنانی با انرژی و مشتاق دارند. کسانی که نسبت به شغلشان اشتیاق و علاقه زیادی دارند. به‌طور کلی، کارکنان مشتاق مجذوب شغل‌شان می‌شوند و تمایل دارند شغلی‌شان را به‌طور مطلوب انجام دهند (باکر و لیتزر، ۲۰۱۵).

بنابراین، مسئله مهم پیش روی سازمان‌ها، شناسایی عوامل مرتبط با اشتیاق شغلی و به‌کارگیری این عوامل برای افزایش سطوح اشتیاق کارکنانشان است. با ایجاد اشتیاق یک انسجام و وحدت میان کارکنان سازمان پدید می‌آید که به معنای نتایج مطلوب برای هر دو است. اشتیاق شغلی کارکنان یکی از مهم‌ترین اهداف هر سازمان محسوب می‌شود و هر سازمان سعی در تقویت این هدف از طرق گوناگون دارد. قبل از سرمایه‌گذاری در هر زمینه، تا حد ممکن باید از مؤثر بودن آن اطمینان حاصل کرد. بنابراین، برای تقویت عملکرد و نیل به اهداف باید عوامل مرتبط و تقویت‌کننده آن شناسایی شوند، پس از شناسایی و بررسی، می‌توان برای تقویت آن گام برداشت. یکی از این عوامل، ویژگی‌های شخصیتی است که در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود معطوف کرده است، زیرا بر بسیاری از متغیرها نظیر اشتیاق شغلی، غیبت، ترک خدمت، فرسودگی شغلی و عملکرد تأثیرگذارند. رابرت مک‌کری^۱ و پل کاستا^۲ (۱۹۹۷) برنامه‌ای را در پیش گرفته‌اند که پنج عامل شخصیت معروف به «پنج عامل عمده» یا

1 Robert McCrae

2 Paul Costa

«پنج بزرگ»^۱ را شناسایی کرده‌اند: ۱. روان‌رنجورخویی^۲؛ ۲. برونگرایی^۳؛ ۳. تجربه‌گرایی^۴؛ ۴. توافق‌پذیری^۵؛ ۵. وظیفه‌شناسی^۶.

از طرفی، جو سازمانی را می‌توان درک کارکنان از حادثه‌ها، اقدام‌ها و روش‌ها و رفتارهای سازمانی دانست (اندرسون، ۲۰۰۲، ص ۳۸۶). در واقع، فرایند شناخت جو سازمانی بیان می‌کند که چگونه افراد به صورت مستقل در سازمان‌ها، مسائل و چالش‌های ناشناخته را می‌بینند، و چارچوبی جدید از ابزارها و هدف‌ها ایجاد می‌کنند، تا از آن‌ها استفاده کنند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت کارآفرینانی که به کارآفرینی تصمیم می‌گیرند، هیچ‌وقت نمی‌توانند با ابزارها و هدف‌های شناخته شده موجود حداکثر استفاده از منابع کمیاب را مشخص کنند، بلکه باید با شناخت محیط و پیرامون خود و در نهایت، جو حاکم بر سازمان از فرصت‌های شناخته نشده و استفاده نشده بهره‌برداری کنند. محیط کار و تعامل با همکاران در بروز خلاقیت مؤثرند، در سطحی گسترده‌تر، جو و شرایط حاکم بر سازمان و عوامل اجتماعی فرهنگی می‌توانند در تحول خلاقیت مؤثر باشند. از طرف دیگر، اهمیت کارآفرینی و در رأس آن، کارآفرینی سازمانی انکارناپذیر و پرداختن به آن از ضرورت‌های حال حاضر در همه کشورها است. بر اساس نتایج بررسی‌ها، نقش و جایگاه کارآفرینی به ویژه کارآفرینی سازمانی به‌طور کامل مشخص و پرداختن به آن جزء برنامه‌های اصلی طرح‌های توسعه کشور است. بنابراین، با توجه به مقدمه یادشده و مطالعه پیشینه پژوهش مشخص شد سهم بزرگی از جریان پیشرفت‌های علمی - صنعتی در دنیا، دستاوردهای تمدن بشری، آسایش و شکوه زندگی انسان محصول و مرهون رفتار نوآورانه، خلاقیت و کارآفرینی است، زیرا بدون ابداع و نوآوری، عرصه زندگی برای همه سرد و بی‌تحرك شده، و

1 Big Five

2 Neuroticism

3 Extraversion

4 Openness

5 Agreeableness

6 Conscientiousness

حیات بشر نیز خیلی بیش از این ساده و همراه با رنج و زحمت همراه می‌شد. بنابراین، توجه به چنین امر خطیری، دقیقاً به معنای توجه به سرنوشت زندگی اجتماعی بشر و آینده جوامع است. پرداختن به موضوع تحقیق حاضر از آن نظر مهم به نظر می‌رسد که با بررسی تأثیر جو سازمانی نوآورانه بر کارآفرینی سازمانی در پی یافتن نتایج مفید و ارزشمند بوده، و نیز در صدد یافتن عوامل مداخله‌گر در این زمینه است تا از آن طریق، کیفیت کار و بهره‌وری کارکنان را ارتقا بخشد تا سازمان و جامعه از منافع آن بهره‌مند شوند.

۲. مبانی نظری

جو سازمانی

جو سازمانی را جلوه‌ای از فرهنگ، حاصل ترکیبی از احساس، نگرش‌ها، رفتارهای شکل‌دهنده زندگی سازمانی و واقعیتی سازمانی با مفهومی عینی تعریف می‌کنند (اکوال^۱، ۱۹۹۶). جو سازمان به ادراک اعضای سازمان از عناصر بنیادی سازمان اشاره دارد (وست و فار^۲، ۱۹۸۹). از آنجا که جو مبتنی بر چشم‌اندازهای فردی است، تغییرپذیری سریعی دارد، ضمن اینکه روی رفتار افراد هم تأثیرگذار است (پاین و پاق^۳، ۱۹۷۶). جو سازمان می‌تواند در ارتقای خلاقیت و نوآوری بین افراد نقش حیاتی ایفا کند. داشتن جو خلاق مرتبط با فرهنگ در سازمان، موجب محیطی است که قدرت سازمانی را افزایش می‌دهد (آمابیل^۴ و همکاران، ۱۹۹۶). برای مثال اکوال در مقاله خود تأثیر جو را بر فرایندها و نتایج عملیاتی سازمان ثابت کرد. به نظر او، سازمان نوآور باید از نظر جوی، متفاوت از سازمان‌های دیگر باشد. عامل همترازی، به معنای همراهی

1 Ekvall

2 West & Farr

3 Payne & Pugh

4 Amabile

اهداف کلیدی سازمان با علایق و فعالیت‌های اعضای سازمان، به عنوان یکی از کلیدی‌ترین مفاهیم جو سازمانی، در ارتقای نوآوری در سازمان مؤثر است (کالینز و پاروس^۱، ۲۰۰۳).

اشتیاق شغلی

اشتیاق شغلی اصطلاحی است که برای Job Engagement، Work Engagement و Engagement پیشنهاد شده است. با ظهور روان‌شناسی مثبت‌نگر، شگفت‌آور نیست که جنبه‌های مثبت بهداشت و سلامت در روان‌شناسی سلامت شغلی طرفداران بیشتری پیدا کند. یکی از این جنبه‌های مثبت اشتیاق شغلی است که متضاد و نقطه مقابل فرسودگی Burnout در نظر گرفته شده است. بر خلاف افرادی که از فرسودگی شغلی رنج می‌برند، کارمندانی که مشتاق به شغلشان هستند، احساس نیرومندی و ارتباط مؤثر با فعالیت‌های کاری‌شان دارند و خودشان را به عنوان افرادی توانمند برای پاسخگویی به تقاضاهای شغلی می‌دانند. شوفلی^۲ و همکاران (۲۰۰۱) اشتیاق شغلی را به عنوان وضعیتی مثبت و رضایت‌بخش ذهنی در ارتباط با کار تعریف می‌کنند که با سه مؤلفه انرژی حرفه‌ای^۳، فداکاری حرفه‌ای^۴ و شیفتگی حرفه‌ای^۵ مشخص می‌شود. اشتیاق به حالتی پایا، سرایت‌کننده و مؤثر شناختی اشاره دارد که بر یک موضوع، واقعه، شخص یا رفتار خاص متمرکز نمی‌شود. انرژی حرفه‌ای با سطح بالایی از انرژی و انعطاف‌پذیری ذهنی هنگام کار، تمایل به تلاش و مقاومت در مقابل مشکلات مشخص می‌شود. فداکاری حرفه‌ای با احساس مهم‌بودن، اشتیاق، رغبت، افتخار و چالش در کار شناخته می‌شود. بعد سوم اشتیاق شغلی شیفتگی حرفه‌ای است که با تمرکز کامل و

1 Collins & Porras

2 Schaufeli

3 Vigor

4 Dedication

5 Absorption

غرق شدن در کار مشخص می‌شود؛ به‌طوری که زمان هنگام کار به‌سرعت می‌گذرد و برای فرد مشکل است که از کارش جدا شود. انرژی و فداکاری حرفه‌ای به ترتیب، قطب‌های مقابل خستگی و بدگمانی در فرسودگی شغلی هستند. پیوستاری که در آن انرژی قطب مثبت و خستگی قطب منفی است، انرژی یا فعال‌سازی نامیده می‌شود و پیوستاری که فداکاری حرفه‌ای و بدگمانی - به عنوان قطب‌های مثبت و منفی - تشکیل می‌شود، هویت^۱ نامیده می‌شود. بنابراین، اشتیاق شغلی با یک سطح بالای انرژی و هویت قوی در کار مشخص می‌شود و از طرف دیگر، فرسودگی با یک سطح پایین از انرژی و هویت ضعیف در کار مشخص می‌شود. اشتیاق شغلی را می‌توان مؤلفه‌ای مهم و مثبت در سلامتی کارکنان محسوب کرد.

نکته شایان توجه این است که اکثر افراد برای امرار معاش ناگزیر از کارکردن هستند که این امر باعث می‌شود کارکردن یک اجبار محسوب شود تا انتخاب، با این حال، به رغم فقدان انتخاب ظاهری، تجارب افراد در رابطه با کار بسیار متفاوت است از کار به عنوان فرایندی یکنواخت و تکراری گرفته، تا جلوه‌ای از هویت فردی (باکر و لیتزر، ۲۰۰۹).

کارآفرینی سازمانی

تامپسون (۲۰۰۰) کارآفرینی را فرایندی می‌داند که در آن بتوان بابه‌کارگیری خلاقیت، عضو جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و دیگر عوامل به وجود آورد (ناهید، ۱۳۸۸).

فرای (۱۹۹۳) معتقد است کارآفرینی یعنی درهم‌آمیختن ویژگی‌های شخصی، ابزار مالی و منابع موجود در محیط کار که از راه فرایندی انجام می‌گیرد و بقا می‌یابد. باید پذیرفت برای آن نیز باید تشویق، تمجید و حمایت مورد تأکید ویژه قرار گیرد و این اصل مهم به عنوان ابزاری راهبردی مورد توجه خاص واقع شود (امانی‌نژاد، ۱۳۸۳).

1 Identification

با مرور تعریف‌های یادشده، باید گفت کارآفرینی کلید رشد، تکامل و توسعه اقتصاد نوین محسوب می‌شود. البته کارآفرینی تنها فردی نیست؛ بلکه سازمانی نیز می‌تواند باشد (کیاکجوری و فاضلی ویسری، ۱۳۸۹).

واژه کارآفرینی سازمانی را نخستین بار پینکات (۱۹۷۸) به کار گرفت و در آن زمان به کارآفرینان سازمان‌های بزرگ، کارآفرین سازمانی اطلاق می‌شده است؛ اما با گسترش روزافزون کارآفرینی در سازمان و پیشرفت‌های شگرفی که سازمان‌ها به دلیل اجرایی کردن کارآفرینی داشتند مفاهیم و تعریف‌های آن نیز دستخوش تغییرات شده است و به مرحله‌ای از بلوغ و تکامل دست یافت. بنابراین، در تعریف کارآفرینی سازمانی باید گفت کارآفرینی سازمانی فرایندی است که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد (ناهید، ۱۳۸۸).

سازمان‌های کارآفرین از طریق سازماندهی خلاقانه عوامل تولید، ارزش افزوده ایجاد می‌کنند (سادلر^۱، ۱۹۹۹، ص ۴۹۵)، و به این ترتیب، در مسیر رشد و توسعه گام بر می‌دارند. از جمله دلایل توجه فراوان به کارآفرینی سازمانی را می‌توان عوامل مانند ۱. عقب نماندن از رقبا؛ ۲. پیشرفت سریع دانش و فناوری؛ ۳. ضرورت ریسک‌پذیری؛ ۴. خروج بهترین نیروهای کاری از شرکت‌ها و اقدام به کارآفرینی مستقل؛ ۵. تعامل سازمان با تحولات بازار؛ ۶. اثرات متحول‌گونه به کارگیری طرح‌های جدید در سازمان؛ ۷. ضرورت ایجاد واحدهای مستقل کاری در بنگاه‌های بزرگ، نام برد.

تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی در موفقیت و عملکرد سازمان موجب شده است پژوهش‌هایی درباره عوامل سازمانی مؤثر بر آن انجام گیرد (حق‌شناس، ۱۳۸۶، ص ۳۹). یافته‌های پژوهش‌ها نشان داده است عوامل درون‌سازمانی به‌طور خاص نقشی مهم، در تشویق کارآفرینی سازمانی ایفا می‌کنند (بورگلمان^۲، ۱۹۸۳، ص ۶۹). در این میان، پژوهشگران برخی متغیرهای کلیدی اثرگذار بر کارآفرینی سازمانی را شناسایی

1 Sadler

2 Burglemann

کردند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از سیستم‌های پاداش و کنترل، فرهنگ، ساختار سازمانی و حمایت‌های مدیریتی. این عوامل به‌طور منفرد و نیز به‌طور ترکیبی، پیش‌شرط‌ها و مقدمه‌های مهمی برای تلاش‌های کارآفرینی سازمانی به شمار می‌روند، زیرا محیط داخلی سازمان را متأثر می‌کنند، محیطی که تمایل به اقدامات کارآفرینانه و حمایت از آن‌ها را در یک سازمان تعیین می‌کند. با توجه به پژوهش‌های انجام‌گرفته در زمینه عوامل درون سازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی، مدل Vs مکنزی به عنوان مدلی جامع مورد توجه قرار گرفت. الگوی Vs مکنزی، مدلی مدیریتی است که هفت عامل سازمانی را با رویکردی کل‌نگر تعیین و توصیف می‌کند. در مجموع، این عوامل روش فعالیت یک سازمان را مشخص می‌کنند. این مدل توسط تام پیترز و رابرت واترمن و با همکاری ریچارد پاسکال و آنتونی آتوس، که همگی از اعضای شرکت مشاوره مکنزی بودند، در سال ۱۹۷۸ ارائه شد (حق‌شناس، ۱۳۸۶، ص ۵۱).

کارآفرینی در سازمان‌های دولتی

از نظر موریس و جونز^۱ (۱۹۹۹)، نقش کارآفرینی در سازمان‌های دولتی هنوز دوره طفولیت خود را می‌گذراند. مفهوم «کارآفرینی دولتی» تنها اخیراً در متون نظری کارآفرینی مطرح شده است و به عنوان «فرایند خلق‌کننده ارزش» برای شهروندان از طریق ترکیب منابع دولتی و خصوصی به منظور بهره‌برداری از فرصت‌های اجتماعی است (زربیناتی و سوتاریس^۲، ۲۰۰۴).

از دیدگاه مون^۳، محققان به مدل‌های کارآفرینی به عنوان ابزاری برای دستیابی به کارایی در سازمان‌های غیرانتفاعی و دولتی توجه می‌کنند. بویت^۴، اولین نویسنده‌ای بود که تلاش کرد فرایند کارآفرینی را در بخش دولتی توسعه دهد و مفهوم کارآفرینی

1 Morris & Jones

2 Zerbinati & Souitaris

3 Moon

4 Boyett

دولتی را در متون نظری بازرگانی معرفی کند. از نظر او، محیط نامعین، تحول قدرت و تخصیص دوباره منابع به سطوح مدیریت، زمینه‌های موفقیت کارآفرین دولتی است. از نظر ظهیری و تورانی (۱۳۸۶)، کارآفرینی فرایند بلندمدتی است که مستلزم برنامه‌ریزی در نظام آموزشی کشور و بویژه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی است. بر همین اساس و از سال ۱۳۸۰، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به اجرای طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌ها و راه‌اندازی مراکز کارآفرینی به عنوان واحدهای عملیاتی در دانشگاه‌های تابعه اقدام کرد.

پیشینه پژوهش

در زمینه موضوع پژوهش حاضر، پژوهش‌هایی انجام گرفته است که برخی از آن‌ها در ادامه بیان می‌شود.

موهاپاترا و شارما^۱ (۲۰۱۰) عینیت و پرداخت به عنوان دو بُعد از ابعاد جو سازمان، محتوای نوآورانه شغل به عنوان یکی از ویژگی‌های شغل و تجربه شغلی به عنوان یک مشخصه شخصی پیش‌بینی‌کننده اشتیاق مدیران در سازمان‌های هندی بودند. داف^۲ (۲۰۰۷) در نتایج خود نشان داد عوامل شخصیتی بر رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ و جو سازمانی تأثیر دارد و جو سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر می‌گذارد. هاکنن و همکاران (۲۰۰۵) در تحقیقی نشان دادند اشتیاق شغلی، موجب عملکرد شغلی و تقویت رفتارهای شهروندی سازمانی و همچنین، موجب رضایت مشتری، سودآوری و بهره‌وری می‌شود. چن و چاو^۳ (۲۰۰۵) در نتایج خود نشان دادند رضایت و اشتیاق به شغل نقشی مهم را در زمینه ارتباط ویژگی‌های شغل در سازمان ایفا می‌کند.

1 Mohapatra & Sharma

2 Duff

3 Chen & Chiu

زربیناتی و سوتاریس (۲۰۰۴) مطالعه‌ای با عنوان «کارآفرینی در بخش دولتی» انجام دادند. هدف پژوهش آنان، توسعه نقش بالقوه کارآفرینی در سازمان‌های دولتی بود که نشان می‌داد چگونه چارچوب استیونسون درباره فرایند کارآفرینی می‌تواند در یک سازمان دولتی اروپایی به کار گرفته شود و ابتکاراتی را برای بهره‌گیری از سرمایه‌های ساختاری اتحادیه اروپا ارائه دهد. مبنای پژوهش شامل ده مطالعه موردی از سازمان‌های دولتی بود که پنج سازمان در انگلستان و پنج سازمان در ایتالیا مستقر بودند. در نهایت، نتایج حاکی از مناسب بودن مدل استیونسون در سنجش فرایند کارآفرینی در بخش دولتی بود (زربیناتی و سوتاریس، ۲۰۰۴).

گُرال و استن (۲۰۰۶) در پژوهشی که با هدف گسترش مقوله کارآفرینی دانشجویان ترکیه انجام دادند، شش متغیر نیاز به پیشرفت، کانون کنترل، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام، نوآوری و اطمینان به خود برای تعریف کارآفرینی دانشجویان را به کار بردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد به جز تحمل ابهام و اطمینان به خود، همه متغیرهای در دانشجویان متمایل به کارآفرینی بالاست. این امر نشان می‌دهد این دانشجویان از ریسک‌پذیری بالا، کانون کنترل درونی، نیاز به موفقیت زیاد و نوآوری بالایی برخوردارند. بنابراین، کارآفرینان، ویژگی‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌های منحصربه‌فردی دارند که محرکی برای آنان بوده و آن‌ها را از دیگران مجزا می‌کند (گُرال و استن^۱، ۲۰۰۶).

اسمیت^۲ و همکاران (۲۰۰۶) تحقیقی را با هدف درک چالش‌ها و چگونگی برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مؤسسات آموزش عالی انجام داد. پژوهش او رویکردی عملی نسبت به ارائه دیدگاه‌هایی در آموزش کارآفرینی و ارزیابی موفقیت چنین برنامه‌هایی و همچنین بحث درباره نقاط ضعف و چالش‌های موجود فراروی

1 Gurol & Astan

2 Smith

اجرای چنین برنامه‌هایی در دانشگاه داشت. نتایج مطالعه، حاکی از اثربخش بودن برنامه‌های کارآفرینانه دارد. اما مبین این واقعیت بود که اجرای چنین برنامه‌هایی در دانشگاه به دلیل محدودیت منابع، فقدان آموزش و یافتن کارآفرینان شایسته، کاری مشکل است.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها از نوع توصیفی و همبستگی است که به صورت پیمایشی و مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل همه کارکنان اداره ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. متخصصان مدل‌سازی معادلات ساختاری پیشنهاد می‌کنند حجم نمونه حداقل ۲۰۰ نفر باشد، در این تحقیق ۲۶۱ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی بررسی شدند. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، پیش پردازش‌های لازم به منظور بررسی پرسشنامه‌های ناقص، داده‌های مفقوده و پرت، و نرمال‌بودن توزیع داده انجام گرفت. در نهایت، داده‌ها تحلیل شد.

به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، سه پرسشنامه به کار گرفته شد. پرسشنامه ۲۴ پرسشی جوسازمانی نوآورانه آمابیل (۱۹۹۶)، که دارای هفت مؤلفه (نظارت و سرپرستی، استقلال، همبستگی، تشویق، منابع، چالش و بازبودن نسبت به نوآوری) است، پرسشنامه ۱۷ پرسشی اشتیاق شغلی سلانوا و سوفیلی (۲۰۱۰)، شامل سه مؤلفه (نیرومندی، وقف خود و جذب)، و پرسشنامه ۲۶ پرسشی کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۱)، با شش مؤلفه (خدمات و فرایندها، پیشگامی، ریسک‌پذیری، خودتجدیدی، رقابت تهاجمی و ایجاد واحدهای مستقل) به کار گرفته شد. برای بررسی نرمال‌بودن داده‌ها کشیدگی و چولگی محاسبه شد (جدول ۱)، نتایج نشان داد مقادیر کشیدگی و چولگی متغیرها در دامنه قابل قبولی قرار دارند (کشیدگی در دامنه ± 5 ؛ چولگی در دامنه ± 3).

جدول ۱. شاخص‌های ارزیابی نرمال بودن متغیرها

متغیرها	کشیدگی	چولگی
جو سازمانی نوآورانه	۰/۰۴۸	۰/۵۲۳
اشتیاق شغلی	۰/۳۷۶	۰/۳۴۲
کارآفرینی سازمانی	۰/۲۵۹	۰/۳۲۱

تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول (CFA) متغیرهای، جو سازمانی نوآورانه، اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی بررسی شد. همچنین، معیارهای مناسب بودن برازش مدل برای هر سه پرسشنامه بررسی شد. روایی پرسش‌ها به دلیل اینکه بار عاملی آن‌ها بیشتر از ۰/۵ و سطح معناداری آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ بود، تأیید شد. شایان ذکر است، در تحلیل عاملی تأییدی بار عاملی باید بیش از ۰/۵ و سطح معناداری نباید در فاصله $\pm 1/96$ باشد. نتایج شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی مرتبه اول نشان داد پرسشنامه‌های مربوطه روایی مناسب دارند.

۴. یافته‌ها

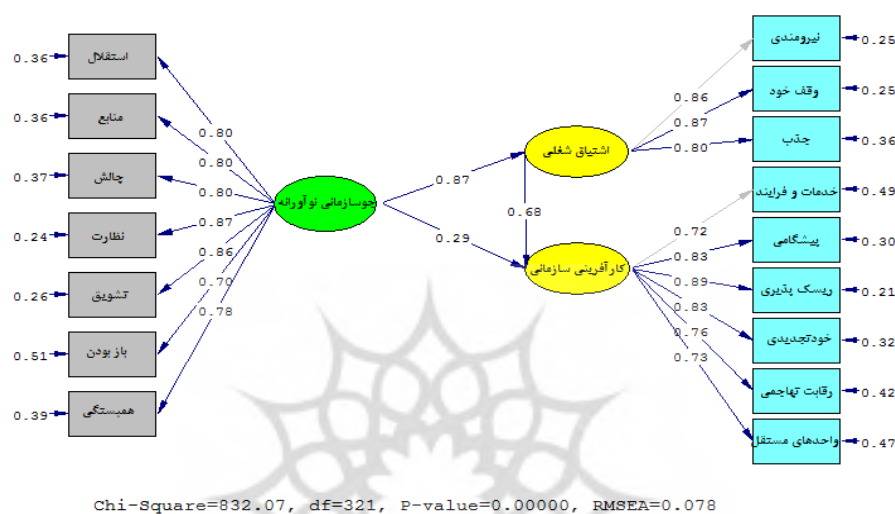
پیش از به‌کارگیری مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار لیزرل، رابطه بین متغیرهای تشکیل‌دهنده مدل با یکدیگر ارزیابی شد. با توجه به اینکه ماتریس همبستگی، پایه تجزیه و تحلیل مدل‌های علی است، جدول ۲، گویای ارتباط مثبت و معناداری بین متغیرهاست. شایان ذکر است بین متغیرهای موجود در تحقیق همخطی وجود نداشت.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرها

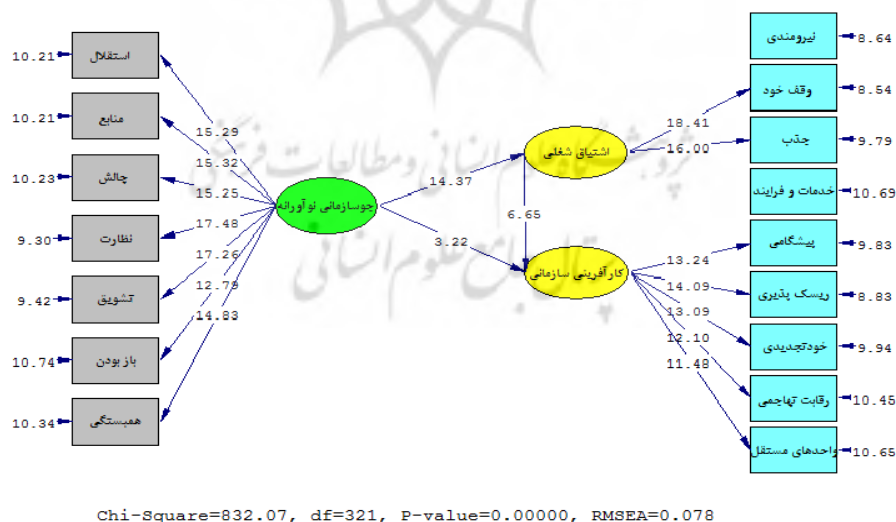
متغیر	جو سازمانی نوآورانه	اشتیاق شغلی	کارآفرینی سازمانی
جو سازمانی نوآورانه	۱		
اشتیاق شغلی	۰/۷۹۱**	۱	
کارآفرینی سازمانی	۰/۸۱۴**	۰/۸۶۱**	۱

** $P < 0.01$

به منظور اطمینان از وجود رابطه علی میان متغیرهای پژوهش و بررسی تناسب داده‌های مشاهده‌شده با مدل‌های مفهومی پژوهش و بررسی برازش مدل، فرضیه‌های پژوهش با به‌کارگیری مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز آزمون شد.



شکل ۱. مدل ساختاری در حالت ضرایب استاندارد



شکل ۲. مدل ساختاری در حالت ضرایب معناداری

الگوی ابتدایی پژوهش با توجه به شاخص‌های برازش تأیید شد (جدول ۳).

جدول ۳. شاخص‌های برازش الگوی پژوهش

شاخص	χ^2/df	RMSEA	GFI	AGFI
مقادیر استاندارد شاخص	< 3	< 0.08	> 0.80	> 0.80
مقادیر محاسبه شده	۲/۵۹	۰/۰۷۸	۰/۹۴	۰/۹۴
شاخص	NFI	RFI	CFI	IFI
مقادیر استاندارد شاخص	> 0.90	> 0.90	> 0.90	> 0.90
مقادیر محاسبه شده	۰/۹۳	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۵

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

شماره فرضیه	رابطه علی	ضریب استاندارد	عدد معناداری	ضریب تعیین	نتیجه
اول	تأثیر جو سازمانی نوآورانه بر کارآفرینی سازمانی	۰/۲۹	۳/۲۲	۰/۰۸۴	تأیید
دوم	تأثیر جو سازمانی نوآورانه بر اشتیاق شغلی	۰/۸۷	۱۴/۳۷	۰/۰۷۵	تأیید
سوم	تأثیر اشتیاق شغلی بر کارآفرینی سازمانی	۰/۶۸	۶/۶۵	۰/۰۴۶	تأیید

مطابق با جدول ۴ و شکل‌های ۱ و ۲، با توجه به اینکه ضریب مسیر بین جو سازمانی نوآورانه و کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۲۹ و ضریب معناداری برابر با ۳/۲۲ و چون این مقدار بیشتر از ۲/۵۸ است، فرضیه اول تحقیق تأیید می‌شود. در فرضیه‌های دوم و سوم به دلیل اینکه مقادیر ضریب مسیر بین جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی برابر با ۰/۸۷ و اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی برابر با ۰/۶۸ است. با توجه به اینکه ضریب معناداری بیشتر از ۲/۵۸ است. بنابراین، فرضیه‌های دوم و سوم پژوهش تأیید شد. همچنین، درباره نقش میانجی متغیر اشتیاق شغلی با توجه به اینکه‌های مسیر مستقیم بین جو سازمانی نوآورانه و کارآفرینی سازمانی، همچنین، مسیر غیرمستقیم بین

جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی و اشتیاق شغلی و کارآفرینی معنادار شده است. بنابراین، می‌توان اشتیاق شغلی را یک متغیر میانجی جزئی محسوب کرد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش براساس مدل ساختاری حاکی از آن بود که تأثیر جو سازمانی نوآورانه بر کارآفرینی سازمانی با ضریب استاندارد ۰/۲۹، تأثیر جو سازمانی نوآورانه بر اشتیاق شغلی ۰/۸۷، و تأثیر اشتیاق شغلی بر کارآفرینی سازمانی ۰/۶۸ دارای معنادار است. در این زمینه، باید گفت جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی عواملی هستند که کارآفرینی سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و همه فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به‌طور مستمر، سریع و راحت‌تر در سازمان مرکزی یا شرکت تحت پوشش خودمختار به ثمر برسد. کارآفرینی سازمانی فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری و پیشتازی سوق می‌دهد و در تعادل با محیط اتفاق می‌افتد.

در نتیجه، باید گفت کارآفرینی سازمانی پدیده‌ای پیچیده و چندبُعدی است و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. بنابراین، نهادینه‌کردن و به‌کارگرفتن آن در سازمان‌ها مستلزم رویکردی واقع‌گرایانه و بلندمدت است. در این زمینه و طبق مباحث بیان‌شده، پیشنهاد می‌شود سیستم‌های پاداش و کنترل، فرهنگ، ساختار سازمانی و حمایت‌های مدیریتی می‌تواند در کارآفرینی سازمانی تأثیرگذار باشد.

منابع

۱. امانی نژاد، مسعود (۱۳۸۳). «کارآفرینی در ساختار سازمانی مناسب، عامل توسعه سازمان». نشریه مدیریت، برگرفته از <http://vista.ir/article/301620>.
۲. پورعباس، علی (۱۳۷۸). اثربخشی شرکت در کارگاه‌های خودکارآمدی حرفه‌ای بر اشتیاق شغلی کارمندان دانشگاه اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی/ارشد، دانشگاه اصفهان.
۳. حق‌شناس، اصغر (۱۳۸۶). «الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران». علوم مدیریت ایران، دوره ۲، شماره ۸، صص ۳۱-۷۳.
۴. ظهیری، منصور، و تورانی، سوگند (۱۳۸۶). «ارائه الگوی راه‌اندازی مراکز کارآفرینی در دانشگاه‌های علوم پزشکی». پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۱-۱۸.
۵. کیاکجوری، داوود، و فاضلی ویسری، الهام (۱۳۸۹). «شناسایی موانع داخلی، محیطی و برابندی کارآفرینی سازمانی». مدیریت، دوره ۷، شماره ۲۰، صص ۹۴-۱۰۸.
۶. ناهید، مجتبی (۱۳۸۸). «چیستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه». بررسی‌های بازرگانی، دوره ۷، شماره ۳۴، صص ۳۹-۵۸.
7. Ahmadi, F. (2010). "Survey relationship between OCB and internal & external factors impact on OCB". *European Journal of Social Sciences*, Vol. 16, No. 3, pp. 460-478.
8. Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). "Assessing the work environment for creativity". *Academy of Management Journal*, Vol. 39, No. 5, pp. 1154-1184.
9. Axelrod, R. (2000). *Terms of engagement: Changing the way we change organizations*. San Francisco: Berrett-Koehler.

10. Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2009). *Work engagement: The essential theory and research*. New York: Psychology Press.
11. Borne, J. E. (2008). *Analysis of organizational climate factors as predictors of job satisfaction and job stress for community college counselors*. Doctoral Dissertation. Wallden: Wallden University.
12. Bryan, D. D. (2007). *The relationship between organizational climates, personality*. Available at Proquest.
13. Burglemann, R. A. (1983). "Designs for Corporate Entrepreneurship". *California Management Review*, Vol. 26, pp. 154-166.
14. Collins, J. C., & Porras, J. I. (2003). *Built To Last: Successful Habits of Visionary Companies*.
15. Demerouti, E., Bakker, A. B., De Jonge, J., Janssen, P. P. & Schaufeli, W. B. (2001). "Burnout and engagement at work as a function of demands and control". *Scandinavian Journal of Work, Environment & Health*, Vol. 27, No. 4, pp. 279-286.
16. Duff, D. B. (2007). *The relationship between organizational climate, Personality factors and organizational citizenship behavior*. Doctoral Dissertation, University of Illinois at Urbana – Champaign.
17. Ekvall, G. (1996). "Organizational climate for creativity and innovation". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 5, No. 1, pp. 105-123.
18. Gurol, Y., & Astan, N. (2006). "Entrepreneurship characteristics amongst university students". *Education + Training*, Vol. 48, No. 1, pp. 25-38.
19. Judge, T. A., Heller, D., Mount, M. K. (2002). "Five-factor model of personality and job satisfaction: A meta-analysis". *Journal of Applied Psychology*, Vol. 87, No. 3, pp. 530-541.
20. McCrae, R. R., & Costa, Jr. P. T. (1997). "Personality trait structure as a human universal". *American Psychologist*, Vol. 52, No. 5, pp. 509-23.
21. Mohapatra, M., & Sharma, B. M. (2010). "Study of employee engagement and its predictors in an Indian public sector undertaking". *Global Business Review*, Vol. 11, No. 2, pp. 281-301.

22. Payne, R. L., & Pugh, D. D. (1976). "Organizational structure and climate". In M. Dunnette (Ed.). *Handbook of Industrial and organizational psychology* (pp. 1125-1172). Chicago: Rand McNally.
23. Sadler, R. J. (1999). "Corporate entrepreneurship in the public sector". *Australian Journal of Public Administration*, Vol. 16, No. 5, pp. 495-527.
24. Smith, A., Collins, L. A., & Hannon, P. D. (2006). "Embedding new entrepreneurship programs in UK higher education institution". *Education + Training*, Vol. 48, No. 8 & 9, pp. 555- 567.
25. West, M. A., & Farr, J. L. (1989). "Innovation at work: Psychological perspectives". *Social behavior*, Vol. 4, No. 11, pp. 15-30.
26. Zerbinati, S., & Souitaris, V. (2004). *Entrepreneurship in the public sector: A framework of analysis in European local governments*. Faculty of Management, UK.