

رابطه‌ی بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکت‌های اقتصادی کوچک و متوسط

حسین خنیفر^{۱*} - فردین وکیلی^۲

۱. استادیار پردیس قم دانشگاه تهران

۲. کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت پردیس قم دانشگاه تهران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۷/۲/۲، تاریخ تصویب: ۱۳۸۷/۱۲/۱۳

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی رابطه‌ی بین نوع ساختار سازمانی - اقتصادی و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌پردازد. در این بررسی مباحثی در زمینه‌ی ساختارهای مکانیکی-ارگانیکی و ساختار دانشی و کارآفرینی سازمانی مطرح شده است. در بخش دیگر مقاله، متدولوژی تحقیق شامل فرضیات، روش تحقیق، جامعه‌ی آماری و نمونه‌ی مورد مطالعه که مقاله بر اساس آن تنظیم شده، بیان می‌شود. روش انجام تحقیق به صورت میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه است. جامعه‌ی آماری ما صد و پنج شرکت کوچک و متوسط واقع در شهرک شکوهیه استان قم و اندازه‌ی نمونه هفتاد شرکت است. تکنیک آماری مورد استفاده در این تحقیق، ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون رتبه‌بندی فریدمن بوده و تجزیه و تحلیل اطلاعات با کمک نرم افزار spss انجام شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی اقتصادی در شرکت‌های کوچک و متوسط رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: ساختار دانشی، کارآفرینی سازمانی و اقتصادی، رابطه‌ی مبتنی بر اعتماد، رابطه‌ی تعاملی برون سازمانی، رابطه‌ی عاطفی فراگیر

مقدمه

یکی از مفاهیم کلیدی و ریشه‌ای در اقتصاد و مدیریت همانا مدیریت سازمان‌دهی^۱ است که در عصر حاضر به صورت یک تکنیک جلوه می‌کند.

سازمان‌دهی عبارت است از: تقسیم وظایف کلی، تعیین مسؤولیت‌ها، اختیارات و تعیین ارتباطات است (الوانی، ۱۳۷۳، ص ۶۱). نقش سازمان‌ها در دستیابی به هدف‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، آن‌چنان برجسته است که سازمان‌های هر جامعه را گردونه‌های تحقق اهداف آن جامعه می‌نامند. به همین دلیل بازنگرایی ساختار سازمان‌ها، در راستای تحقق اهداف و حفظ پویایی به‌ویژه در فرایند رقابت‌های اقتصادی و کیفی آن‌ها یک نیاز بایسته است. سازمان‌ها برای رسیدن به هدف‌های خود در محیطی پیچیده^۲، رقابتی^۳، پویا^۴ و نامطمئن احتیاج زیادی به نوآوری‌های تکنولوژیکی و سازمانی دارند که از طریق راهبردهای مختلفی قابل حصول است (کوراتکو و منتاگن، به نقل از مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۸۵).

امروزه در کشورهای مختلف توجه خاصی در دانش مدیریت و اقتصاد به کارآفرینی اقتصادمدار و کارآفرینان می‌شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه^۵ آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه، است. براساس بیانیه‌ی جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد (Archibong 2004S, pp.4-6). در هر کشوری کارآفرینان به صورت بالقوه وجود دارند و باید تلاش شود که توانایی‌های آن‌ها بیش‌تر شده و مهم‌تر از همه، ساختارهای موجود اجازه دهند که کارآفرینان ابراز وجود کنند (Thompson & John, 1999, p.5).

-
1. Organizing
 2. Complex
 3. Competitive
 4. Dynamic
 5. Economic Development

مسأله‌ی قابل طرح در این پژوهش عبارت است از پایین بودن کارآفرینی سازمانی در اقتصاد و کسب و کارهای کوچک و متوسط استان قم (N.G.A center, 2004, pp9-11).

کارآفرینی در حال حاضر زمینه‌ی بسیار مهمی برای مطالعه و تحقیق به شمار می‌آید (هزار جریبی، ۸۴، ص ۹). از جمله عوامل موفقیت بنگاه‌های اقتصادی در دنیای کنونی توجه جدی به کارآفرینان و تحلیل مسائل آن‌ها از رویکرد کارآفرینی است (Danka, 2000, pp2-4). زیرا کارآفرینی سازمانی راهی برای بازآفرینی قابلیت‌های اقتصادی و سازمانی به شمار می‌رود (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۳). برای رسیدن به این هدف، اتصال به اقتصاد شبکه‌ی جهانی، از جمله روش‌هایی است که تجویز می‌شود. یعنی اتصال آن‌ها به شبکه‌های ICT به منظور ارائه‌ی اطلاعات و خدمات بهینه و جهانی است (parker & mc knight, 2001, pp14-15).

هدف اصلی

شناسایی ساختاری که باعث تقویت و ارتقای کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در شرکت‌های کوچک و متوسط جامعه آماری شود. سپس بررسی ارتباط بین ساختارهای مکانیک- ارگانیک و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی و ارتباط بین ساختار دانش محور و کارآفرینی، رابطه‌ی مبتنی بر اعتماد و کارآفرینی، رابطه‌ی تعاملی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی و در نهایت رابطه‌ی فراگیر عاطفی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی بررسی می‌شود.

پیشینه تحقیق

مفهومی شناسی ساختار سازمانی و اقتصادی^۱

ساختار سازمانی یک سیستم رسمی از وظایف و روابط اختیار است که چگونگی

1. Organizational and economical Structure

هماهنگی فعالیت‌های اقتصادی افراد و استفاده از منابع برای تحقق اهداف سازمانی را کنترل می‌کند (James, 1998, p.28). ساختار سازمانی در نمودار سازمانی^۱ نمایان می‌شود. نمودار سازمانی یک نماد قابل رویت از کل فعالیت‌ها و فرایندهای سازمان است. در تعریف ساختار سازمانی به سه رکن اصلی اشاره می‌شود:

۱. ساختار سازمانی تعیین کننده‌ی روابط رسمی گزارش‌گری در سازمان است.
۲. ساختار سازمانی تعیین کننده‌ی افرادی است که به صورت گروهی در دوائر کار می‌کنند.

۳. ساختار سازمانی و اقتصادی شامل سیستم‌هایی است که به وسیله‌ی آن‌ها همه‌ی فعالیت‌های دوائر یک پارچه^۲ می‌شود (ریچارد دفت، پارسایان و اعرابی، ۱۳۷۴، ص ۳۴۹). کمک به جریان اطلاعات^۳ نیز از تسهیلاتی است که ساختار برای سازمان فراهم می‌کند (Hugh & Feldman, 1986, P.120). با وجود این که مفهوم ساختار سازمانی یک حقیقت است و بر افراد سازمان اثر گذاشته و همه به نوعی با آن سر و کار دارند، اما کم و بیش مفهومی انتزاعی است (Fremont E, 1997, PP115-234). کمک به جریان اطلاعات نیز از تسهیلاتی است که ساختار برای سازمان فراهم می‌کند. در واقع ساختار به الگوهای روابط درونی سازمان، اختیار^۴ و ارتباطات^۵ دلالت دارد (Hugh & Feldman, 1986, P.12). نقش‌های افراد در سازمان سنگ زیرین ساختار سازمانی بوده و روابط بین نقش‌هاست که ساختار را شکل می‌دهد (Robbey, 1994, p.289).

روابط انسانی و ساختار سازمانی

تحقیقات روابط انسانی به عنوان واکنشی در مقابل نقایص و ساده‌انگاری‌های

1. Organization Chart
2. Integration
3. Information flow
4. Authority
5. Communication

نظریه‌ی کلاسیک، در دهه‌ی ۱۹۳۰ آغاز شد. مطالعات هائورن، با مجهز شدن به تکنیک جدید مشاهده و تجربه، نشان داد که نظریه‌ی روابط انسانی بر جنبه‌های "اجتماعی" و "احساساتی" در سازمان‌ها تأکید دارد (Booyesen, 2002, p110). این دسته از نظریه پردازان ضمن تأکید بر جنبه‌های انسانی مدیریت، به خنثی کردن جنبه‌ی فنی مهندسی جنبش مدیریت علمی تمایل داشتند (Tayeb. M. 2000, p315).

نظریه‌ی اقتضایی در اقتصاد کارآفرینی محور

دیدگاه «طراحی موقعیتی یا اقتضا» که خود ناشی از نظریه‌ی سیستم‌ها یا نظریه‌ی نظام گرایانه است، در دهه ۱۹۷۰، پدید آمد. طبق نظریه‌ی سیستم‌ها، باید برای درک کل سازمان، آن را به عنوان یک سیستم در نظر بگیریم (Stedham, 2002, p.11).

جدول ۱. ساختارهای سازمانی متناسب با محیط‌های گوناگون

پویا	ایستا	
غیر متمرکز زنده (سازگاری رویاروی)	غیر متمرکز دیوان سالارانه (استاندارد کردن مهارت‌ها)	پیچیده
متمرکز زنده (سرپرستی مستقیم)	متمرکز دیوان سالارانه (استاندارد کردن فرایند کار)	ساده

دیدگاه قدرت^۱ و دیدگاه جمعیتی^۲

امروزه این نکته که سازمان‌ها، مکان‌هایی سیاسی^۲ اقتصادی هستند، تأیید شده است. به طور مثال هافستد به عامل قدرت اشاره کرده و می‌گوید احتمالاً در جوامع ثروتمند فاصله قدرت بیش‌تر است و افراد این جوامع نیاز به یافتن راهی برای ارتباط با منابع

1. Power Perspective
2. Political

قدرت هستند (Robert & Michael, 2002, p.76). دیدگاه قدرت، مسیری است که طی آن گروه‌های فرعی، اهداف فرعی، مبانی قدرت و رفتارهای سیاسی و اقتصادی در یک سازمان مورد شناسایی واقع می‌شوند (Hisrich & peters, 2002, p7). دیدگاه جمعیتی به منزله‌ی ورود به یک رویداد نسبتاً جدید است. دیدگاه یادشده به جنبه‌هایی از مطالعات بیولوژیکی، بوم‌شناسی^۱ و مجموعه‌ی طبیعی سازمان‌ها اشاره دارد (Carolyn. J 2004, p87). از طرفی مدیریت سازمان می‌تواند به روش‌های گوناگون سه رکن اصلی ساختار سازمانی: پیچیدگی^۲، رسمیت^۳، تمرکز^۴ را با هم مقایسه یا آن‌ها را با هم ترکیب کند (Thornhill & lewis, 2000, p36).

ابعاد ساختار سازمانی

متغیرهای بسیاری را به عنوان ابعاد سازمانی مطرح کرده‌اند، اما می‌توان گفت که ابعاد سازمانی به دو گروه تقسیم می‌شوند: ساختاری^۵ و محتوایی^۶ (Giao, 2004, p.12). ابعاد ساختاری بیانگر ویژگی‌های درونی یک سازمان هستند. آن‌ها مبنایی به دست می‌دهند که می‌توان بدان وسیله سازمان‌ها را اندازه‌گیری و با هم مقایسه کرد. ابعاد محتوایی معرف کل سازمان هستند، مثل اندازه یا بزرگی سازمان، نوع فناوری^۷، محیط و هدف‌های آن. آن‌ها معرف جایگاه سازمان بوده و بر ابعاد ساختاری اثر می‌گذارند. ابعاد محتوایی می‌توانند مبهم باشند، زیرا آن‌ها نشان دهنده‌ی سازمان و محیطی هستند که ابعاد ساختاری در آن قرار می‌گیرند. برای ارزیابی و درک سازمان هر دو بعد ساختاری و محتوایی ضروری است (دفت، ۱۳۷۴، صص ۲۷-۲۶). علاوه بر این امروزه در تعریف دوباره‌ی واگذاری وظایف، ساختار سازمانی و تعداد کارمندان برای هر بخش براساس وظایف و عملکردهای جدید عمل می‌شود (Giao, 2004, p.12).

1. Ecology
2. Complexity
3. Formalization
4. Centralization
5. Structural
6. Contextual
7. Technology

در این جا نیز ساختار را به عنوان یکی از اجزاء سازمان که از عناصر پیچیدگی، رسمیت و تمرکز تشکیل شده تعریف می‌کنیم (استیفن رابینز، ر.ک، الوانی ودانایی فرد، ۱۳۷۶، ص ۲۲).

ابعاد ساختاری در سازمان‌های دانش محور^۱

اقتصاد دانش محور^۲ خواسته‌های جدیدی بر ساختاردهی سازمانی مبتنی بر فرایندها تحمیل می‌کند (Fitzsimmons J.& M. 2004, p425). ساختار غیررسمی، فعالیت‌های واقعی سازمانی را بهتر ترسیم کرده و انعکاس دهنده‌ی تعاملی پویاست که برای خلق دانش بسیار اساسی هستند (Manchuano, 2004, p210). واقعیت این است که تعداد زیادی از شکل‌های سازمانی وجود دارند که نمی‌توان آن‌ها را به سادگی از طریق نمودار سازمانی تشریح کرد (Jarillo, 1988, pp.31-41). شاهد این ادعا ظهور شبکه‌های سازمان مبتنی بر دانش، سازمان مجازی^۳ (Davidow and Malone, 1992, p.13) و غیره است. ساختار سازمانی، با افزایش خواسته‌های درون و برون سازمانی تکامل یافته است (Savoe, 1994, pp10-12). اعتمادسازی، به ارتباطات اثربخش و روان منجر می‌شود (Mathias, 2004, p.131).

رابطه‌ی تعاملی برون سازمانی^۴

ساختار بنیادی^۵ سازمان‌های مبتنی بر دانش، چارچوب برجسته‌ی تعامل برون سازمانی بوده که بر توافقی‌های ساختارمند روشن و عینی^۶ استوار است.

1. Knowledge Base Organizations
2. Knowledge-Base economy
3. Virtual Organization
4. Externally-oriented interactive relationship
5. Fundamental Structure
6. Objective

رابطه‌ی فراگیر عاطفی^۱

روابط فراگیر عاطفی، ساختاردهی را قادر می‌کند تا به اعضای سازمان اجازه دهد ارزش‌ها^۲ و قابلیت‌های سازمانی^۳ را به شیوه‌های مشخص شده، نشان دهند (Hitt, et al, 1992, p87). هم افزایی عواطف سازمانی مثبت و استقلال حداکثر کارکنان را تشویق می‌کند (Wim. V, 2003, p44). این ابعاد سه گانه در کنار ساختارهای رسمی و غیررسمی قرار می‌گیرند (Ackoff, 1994, p12).

کارآفرینی سازمانی^۴

از زمان جنگ جهانی دوم، دیدگاهی تقریباً وسیع‌تر از کارآفرینی در میان نظریه‌های مدیریت ظهور یافت. در واقع کارآفرینی به آن معنایی که قبل از آن زمان شناخته شده و رایج بود- یعنی تأکید بر فرد- به کار نرفت (Pirch & other, 2001, p10). برای مقایسه‌ی ویژگی‌های سازمان‌های سنتی و سازمان‌های کارآفرین، جدول شماره (۲) ویژگی‌های آن‌ها را از نه بعد مختلف ارزیابی می‌کند (کورنوال و پرلمن، به نقل از مقیمی ۱۹۹۰، ص ۱۸-۱۹).

صاحب نظران مختلف چارچوب‌های علمی و کاربردی متعددی را برای ایجاد سازمان کارآفرینانه و اقتصاد محور ارائه کرده‌اند که در این قسمت به برخی از این مدل‌ها اشاره می‌شود.

الگوی کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن^۵

این الگو بر مبنای رویکرد مدیریت استراتژیک^۶ است. اطلاعات^۷ حاصل از

1. Emotionality-inclusive relationship
2. Values
3. Organization capability
4. Entrepreneurship
5. Cornwall & Perhman
6. Strategic management
7. Information

محیط‌های درونی و بیرونی^۱ سازمان سرآغاز فرایند کارآفرینی سازمانی هستند
(Cornwall & Perhman 2002, p20).

جدول ۲. مقایسه‌ی ویژگی‌های سازمانی سنتی و کارآفرین

ویژگی‌های سازمانی	سازمان‌های سنتی	سازمان‌های کارآفرین
استراتژی ^۲	دفاعی: حفظ شرایط موجود اولسین موضوع مورد نگرانی است. تنوع از طریق اکتساب یا ادغام ^۳	فعالانه به دنبال سرمایه‌گذاری‌های جدید اقتصادی، حفظ موقعیت موجود از طریق سازگاری با محیط است.
کارآیی و کنترل ^۴	ارزیابی تغییرات به عنوان تهدید. ارزیابی محیط بیرونی برای شناخت خطرات	ارزیابی تغییرات به عنوان فرصت. ارزیابی محیط داخلی و محیطی برای یافتن فرصت-های جدید اقتصادی.
ارزیابی عملکرد	تمرکز کوتاه مدت (معیارهای عملکرد سه ماهه و سالانه)	تمرکز بلند مدت (انطباق و بقا)
ریسک ^۵	چیزی که باید به حداقل برسد.	اگر با اطلاعات درست پردازش شود، کلید رشد، انطباق و بقا خواهد بود
فرهنگ سازمانی ^۶	شرایط عینی، تحلیلی و فرهنگی موجود را حفظ می‌کند.	عناصر کارآمد نیز مهم هستند. فرهنگ، انطباق و نوآوری را تقویت می‌کند.
ساختار و ارتباطات ^۷	مراجع و کانال‌های رسمی ارتباطات مهم هستند.	ساختارهای غیر رسمی و ارتباطات افقی بر فعالیت‌های سازمانی و اقتصادی چیرگی دارند.
تصمیم‌گیری ^۸	مدیریت ارشد پارامترهای سازمان را تعیین می‌کند. ممکن است امکان ارائه‌ی اطلاعات از زیردستان را فراهم کند و ممکن است آن را فراهم نکند.	مدیریت ارشد هدف را تعیین می‌کند. استفاده از اطلاعات زیر دستان ترغیب و تشویق می‌شود.
کارکنان ^۹	به عنوان منبعی فنی که به راحتی جایگزین می‌شوند.	یک منبع کلیدی که باید حفظ شده و با کامل‌ترین شکل ممکن از آنان استفاده شود.
خلاقیت ^{۱۰}	چیزی که باید آن را تحمل کرد.	چیزی که باید آن را تقویت و ترغیب کرد و آن را توسعه داد.

1. Internal & External environment

2. Strategy

3. Merger

4. Control&Efficiency

5. Risk

6. Organization culture

7. Communication & Structure

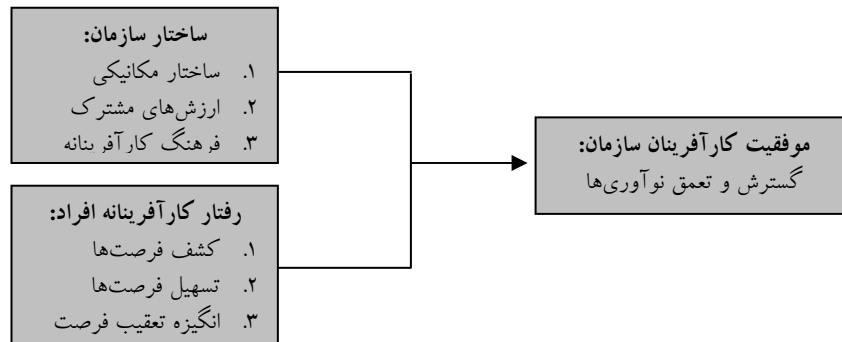
8. Decision making

9. Personal

10. Creative

الگوی کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافزیگر^۱

کوراتکو، نافزیگر و همکارانشان، معتقدند که فرایند ایجاد کسب و کار کارآفرینانه‌ی جدید، محصول تعامل^۲ عوامل مختلف است.



نمودار ۱. الگوی کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافزیگر (مقیمی، ۱۳۸۳، ص ۱۲۰)

الگوی مفهومی تحقیق

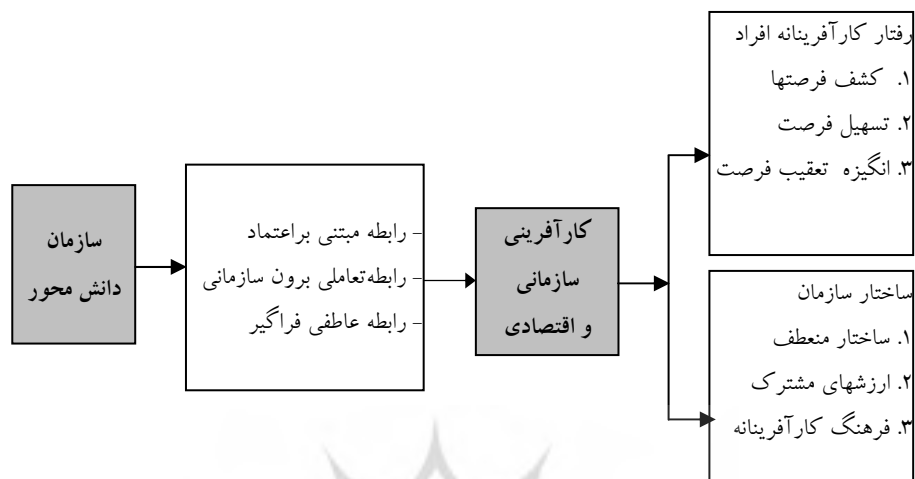
پس از انجام مطالعات اولیه و دریافت نظرات خبرگان به تعیین شاخص‌های ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی و در نهایت به الگوی مفهومی برای این تحقیق رسیدیم. در طراحی مدل ساختار سازمانی با کارآفرینی سازمانی و اقتصادی از الگوها و نظریات جین و کوراتکو و نافزیگر استفاده شده و در نهایت الگویی ترکیبی طراحی شد.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق توصیفی و از شاخه‌ی پیمایشی یا زمینه‌یابی است. به گونه‌ای که هدف توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی است. نظر به این که بزرگ‌ترین شهرک صنعتی استان، شهرک شکوهیه است و بیش از ۸۰٪ شرکت‌ها در آنجا قرار دارند، نمونه‌های ما از بین واحدهای مستقر در این شهرک که عبارتند از: برق و

1. Kuratko & Hodgetts
2. Interaction

الکترونیک، سلولزی، شیمیایی، غذایی، فلزی، کانی غیر فلزی و نساجی، انتخاب شده‌اند. تعداد واحدهایی که در صنعت‌های مربوطه فعالیت می‌کنند به شرح جدول شماره (۳) هستند.



الگوی سازمان دانش محور

الگوی کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافزینگر

Jan, measuring business excellence, 2003

Kuratko&Hodgetts, 2001, pp.72-73

نمودار ۲. الگوی مفهومی محقق با اقتباس از الگوهای (کارآفرینی سازمانی کوراتکو و نافزینگر و الگوی سازمان دانش محورجین)

جدول ۳. تعداد واحدهایی که در صنعت‌های مربوطه فعالیت می‌کنند

جمع	برق و الکترونیک	کانی غیر فلزی	سلولزی	نساجی	غذایی	فلزی	شیمیایی	نوع صنعت
۱۰۸	۳	۳	۶	۶	۱۷	۳۸	۳۵	تعداد واحدهایی که در صنعت مربوطه فعالیت می‌کنند

با توجه به حجم نمونه که هفتاد واحد است، به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای اقدام به نمونه‌گیری کردیم.

جدول ۴. تعداد واحدهایی انتخاب شده که در صنعت‌های مربوطه فعالیت می‌کنند

نوع صنعت	شیمیایی	فلزی	غذایی	نساجی	سلولزی	کانی غیر فلزی	برق و الکترونیک	جمع
تعداد واحدهای نمونه که در صنعت مربوطه فعالیت می‌کنند	۲۳	۲۵	۱۲	۳	۳	۲	۲	۷۰

پژوهش حاضر به بررسی موضوع‌ها و مقوله‌های مربوط به ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در قالب ساختارهای دانشی و ساختارهای مکانیک-ارگانیکی می‌پردازد. این پژوهش در شرکت‌های صنعتی کوچک و متوسط شهرک شکوهیه بوده قلمرو زمانی این تحقیق از اوایل آبان ۱۳۸۵ تا اواخر خرداد ۸۶ است. روش گردآوری اطلاعات از طریق بررسی اسناد و مدارک منتشره از طرف مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران و پردیس قم منابع کتابخانه‌ای (مقالات فارسی و انگلیسی، کتاب‌های فارسی و انگلیسی، گزارش‌های منتشره در مورد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی)، اجرای ابزار (پرسش‌نامه) و الگوی ساخته شده در شرکت‌های اقتصادی کوچک و بزرگ جامعه‌ی مورد مطالعه بوده است.

در این تحقیق برای سنجش روایی پرسش‌نامه‌ها در ابتدا سعی شد از پرسش‌نامه‌های استاندارد بهره گرفته و با استفاده از آن‌ها پرسش‌نامه‌ی ابتدایی تدوین شد. پس از تدوین پرسش‌نامه‌ها، محقق آن را در اختیار تعدادی از استادان و صاحب‌نظران و مدیران جامعه‌ی مورد مطالعه قرار داده و پس از دریافت نظرات، اقدامات اصلاحی در پرسش‌نامه‌ها، با نظر نهایی اساتید محترم راهنما و مشاور انجام شد.

در این تحقیق برای سنجش پایایی پرسش‌نامه‌ها، یک مرحله پیش‌آزمون انجام شد. بدین صورت که ابتدا تعداد ۳۰ پرسش‌نامه در جامعه‌ی مورد نظر توزیع و جمع‌آوری شده و پس از وارد کردن داده‌ها، با استفاده از نرم افزار SPSS ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه شد.

معمولاً آلفای کمتر از ۰/۶ پایایی ضعیف، ۰/۶ تا ۰/۸ قابل قبول و بالاتر از ۰/۸

نشان دهنده‌ی پایایی بالا است. از این رو هر چه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد بهتر است. در این تحقیق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و ضریب مورد نظر برای پرسش‌نامه‌ها تقریباً $0/83$ تعیین شد. در ضمن در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل و بررسی داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی (ضریب همبستگی اسپیرمن و آزمون فریدمن) استفاده شده است.

نتیجه‌گیری و تحلیل

نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که سطح معنی داری $0/000$ کمتر از خطای $0/05$ است، بنابراین فرض H_0 قابل قبول نبوده و فرض H_1 تایید می‌شود و ضریب همبستگی منفی نیز بیانگر این مطلب است که رابطه‌ی معکوسی بین ساختارهای مکانیک و ارگانیک با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی حاکی از آن است که $P_value=0/000$ کمتر از خطای $0/05$ است، بنابراین فرض H_0 رد شده و فرض H_1 مورد تایید قرار می‌گیرد. بنابراین بین ساختار دانشی و کارآفرینی سازمانی یک رابطه مستقیم وجود داشته و ضریب همبستگی $0/911$ نشان دهنده‌ی این مطلب است که رابطه مستقیم و بالایی بین ساختار دانشی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی اول: رابطه مبتنی بر اعتماد و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی

نتایج آزمون همبستگی حاکی از آن است که $P_value=0/000$ کمتر از خطای $0/05$ است، بنابراین فرض H_0 مردود بوده و فرض H_1 تایید می‌شود. بنابراین بین رابطه‌ی مبتنی بر اعتماد و کارآفرینی سازمانی یک رابطه‌ی مستقیم و قوی وجود دارد.

از این رو ایجاد جو مبتنی بر اعتماد و هم‌دلی در سازمان‌های مورد مطالعه عامل مهم و اساسی در رشد روحیه کارآفرینانه بوده و به همین دلیل توصیه می‌شود تدابیری اتخاذ شود تا جو مبتنی بر اعتماد که به زعم برخی صاحب نظران مانند (Tayeb,2000) آینده سازمان در جهت کیفیت را نیز تأمین می‌کند بیش‌تر احساس شود. این مهم در روابط و

تعاملات سازمانی که بین فرادستان و فرودستان جاری است باید به صورت فرهنگ حرفه‌ای و شغلی نهادینه شود.

در فرضیه فرعی دوم که رابطه تعاملی برون سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته نتایج آزمون همبستگی حاکی از آن است که $0/000 = P_value$ کم‌تر از خطای $0/05$ است، بنابراین فرض H_0 قابل قبول نیست و فرض H_1 مورد قبول است. پس بنابراین بین رابطه‌ی تعاملی برون سازمانی و کارآفرینی سازمانی یک رابطه‌ی مستقیم و بالایی وجود دارد. این نتیجه بیان‌گر این است که تعاملات برون سازمانی اثرات مضاعفی بر کار آفرینی به‌جا می‌گذارد همان‌طور که (Thornhill, 2000) اشاره می‌کند امتداد سایه تعاملات برون سازمانی در حقیقت کارآفرینی کارآمد است و زمانی اتفاق می‌افتد که این مسیر به‌طور صحیحی طی شده باشد.

در فرضیه‌ی فرعی سوم که رابطه‌ی عاطفی فراگیر و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته نتایج آزمون حاکی از آن است که بین رابطه‌ی عاطفی فراگیر و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد.

نتایج آزمون همبستگی حاکی از آن است که $0/000 = P_value$ کم‌تر از خطای $0/05$ است، بنابراین فرض H_0 قابل قبول نبوده و فرض H_1 تایید می‌شود. بنابراین بین رابطه‌ی عاطفی فراگیر و کارآفرینی سازمانی یک رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.

به منظور رتبه‌بندی مؤلفه‌های مختلف ساختار دانشی (رابطه مبتنی بر اعتماد، رابطه تعاملی برون سازمانی و رابطه عاطفی فراگیر) از آزمون فریدمن استفاده می‌شود. برای انجام این آزمون، فرضیه‌ی آماری زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد. جدول شماره (۵) داده‌های آماری حاصل از آزمون فریدمن را نشان می‌دهد.

جدول ۵. داده‌های آماری حاصل از آزمون فریدمن

کای دو محاسبه شده	درجه آزادی	سطح معنی داری	میزان خطا	نتیجه آزمون
۱۶/۷۶۹	۲	۰/۰۰۰	۰/۰۵	فرض H_0 رد می‌شود

نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که فرض H_0 رد و فرض H_1 مورد تایید است. یعنی حداقل یک زوج از رتبه‌ی میانگین مؤلفه‌های ساختار دانشی تفاوت معنی‌داری با یک‌دیگر دارند.

جدول ۶. رتبه‌بندی مؤلفه‌های ساختار دانشی

رتبه	میزان میانگین	مؤلفه‌های ساختار دانشی
۱	۲/۳۴	رابطه مبتنی بر اعتماد
۲	۱/۸۶	رابطه تعاملی برون سازمانی
۳	۱/۸۰	رابطه عاطفی فراگیر

بر طبق یافته‌های پژوهش با توجه به این که ۴۵/۷ درصد مدیران در گروه سنی ۳۱-۴۰ سال قرار دارند، می‌توان نتیجه گرفت که شرکت‌ها از نیروهایی نسبتاً جوان سود می‌برند و از طرف دیگر تقریباً ۳۴/۳ درصد مدیران در گروه سنی ۵۰-۴۱ سال قرار دارند. بر طبق نظرات محققان از جمله «فرای»^۱ ۸۸ درصد از کارآفرینان فعالیت‌های خود را بین سنین ۲۰ تا ۵۰ سالگی آغاز کرده‌اند که ۶۵ درصد از آنان در بین سنین بیست تا چهل سالگی قرار داشتند. با توجه به نتایج تحقیق حاضر اکثر مدیران (تقریباً بیش از ۸۰ درصد) در زیر پنجاه سالگی قرار دارند که معمولاً در این سنین با توجه به تجربه‌ی زیاد به حداکثر کارایی می‌رسند، از این رو به‌طور کلی می‌توان نتیجه گرفت که مدیران سازمان افرادی جوان و پرتوان و البته با تجربه‌ی مناسب کاری هستند. از نظر سنوات خدمت نیز تقریباً ۹۵ درصد از مدیران دارای کمتر از ۲۱ سال سنوات خدمت هستند و ۵ درصد دیگر بالای ۲۱ سال سنوات خدمت دارند. سازمان‌های مورد مطالعه از هر سه بعد ساختار دانشی ضعیف بوده و به ترتیب بیش‌ترین ضعف را در رابطه‌ی عاطفی فراگیر، رابطه‌ی تعاملی برون سازمانی و رابطه‌ی عاطفی فراگیر دارند.

در این پژوهش اطلاعات به دست آمده از گروه نمونه این نتیجه را نشان داد که:

شده و فرض H_1 پذیرفته شد. بدین معنی که تفاوت معنی داری بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در نمونه‌ی مورد مطالعه مشاهده شد.

نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری $0/007$ P-value= که کم‌تر از $0/05$ P-value= محاسبه شد. از این‌رو فرض H_0 مردود شده و فرض H_1 پذیرفته شد. بدین معنی که تفاوت معنی داری بین نوع ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی در نمونه‌ی مورد مطالعه مشاهده شد. نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری $0/000$ کم‌تر از خطای $0/05$ ، بنابراین فرض H_0 مردود بوده و فرض H_1 تایید می‌شود. پس نتایج حاصل از این آزمون در نمونه‌ی مورد مطالعه نشان داد که رابطه‌ی معنی‌داری بین ساختارهای مکانیک و ارگانیک و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. ضریب همبستگی ($-0/443$) منفی نیز بیان‌گر این مطلب است که رابطه‌ی معکوسی بین ساختارهای مکانیک و ارگانیک با کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری $0/000$ کم‌تر از خطای $0/05$ است، بنابراین فرض H_0 قابل قبول نیست و فرض H_1 تایید می‌شود. پس نتایج حاصل از این آزمون در نمونه‌ی مورد مطالعه نشان داد که رابطه‌ی معنی‌داری بین ساختار دانشی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. همان‌طور که بعضی پژوهش‌های بین‌المللی نشان داده است بالا بودن سطح ساختار دانش در استقبال از ایده‌های کارآفرینانه و حرکت به سمت کارآفرینی مؤثر است (Pirich, 2001). این مسأله به عنایت و توجه هرچه بیش‌تر مدیران در سازمان‌های مورد مطالعه و مشابه نیاز دارد.

این مطالعه نشان داد که رابطه‌ی معنی‌داری بین رابطه مبتنی بر اعتماد و کارآفرینی سازمانی وجود دارد و ضریب همبستگی بین رابطه‌ی مبتنی بر اعتماد و کارآفرینی سازمانی $0/716$ به دست آمد. از این‌رو می‌توان نتیجه گرفت که رابطه‌ی قوی بین رابطه‌ی مبتنی بر اعتماد و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که رابطه‌ی مستقیمی بین رابطه‌ی تعاملی برون سازمانی و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی وجود دارد. یعنی هر قدر ساختار سازمان در ایجاد رابطه‌ی مبتنی بر تعامل برون سازمانی بهتر عمل کند به احتمال زیاد در زمینه‌ی کارآفرینی سازمانی موفق‌تر خواهد بود.

نتایج حاصل از این آزمون در نمونه‌ی مورد مطالعه نشان داد که رابطه‌ی معنی‌داری

بین رابطه‌ی عاطفی فراگیر و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. ضریب همبستگی بین رابطه‌ی عاطفی فراگیر و کارآفرینی سازمانی ۰/۶۹۳ به دست آمد. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که رابطه‌ی مستقیمی بین رابطه‌ی عاطفی فراگیر و کارآفرینی سازمانی وجود دارد.

پیشنادهای مبتنی بر تحقیق

۱. پیشنهاد مبتنی بر فرضیه اخص اول: وجود رابطه‌ی منفی بین این ساختارها با کارآفرینی سازمانی حاکی از آن است که چنانچه سازمان‌های ما در پی کسب و ارتقای کارآفرینی در سازمان خود هستند با ساختارهای مکانیک و ارگانیک موجود قادر به پیشرفت در زمینه‌ی کارآفرینی سازمانی نخواهند بود بلکه باید در ساختارهای فعلی خود تجدید نظر کرده و ساختاری که قادر به پوشش دادن مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی از قبیل: کشف فرصت، تسهیل فرصت، انگیزه تعقیب فرصت، ساختار منعطف، ارزش‌های مشترک و فرهنگ کارآفرینانه باشد را به کار گیرند. با توجه به بررسی‌های جامع در زمینه‌ی پیشینه‌ی تحقیقات قبلی و تحقیق حاضر ساختار دانشی به عنوان ساختار کارا در زمینه‌ی کارآفرینی در شرکت‌های کوچک و متوسط پیشنهاد می‌شود.
۲. پیشنهاد مبتنی بر فرضیه اخص دوم: پیشنهاد می‌شود مدیرانی که به دنبال کارآفرینی سازمانی هستند به این عامل سازمانی توجه بیش تری کنند و ساختاری را جست‌وجو کنند که پویاتر و جامع‌تر باشد.
۳. پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی اول: یافته‌های تحقیق بیان‌گر آن است بین رابطه‌ی مبتنی بر اعتماد (خوش‌بینی و اعتماد متقابل) و کارآفرینی سازمانی و اقتصادی رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. از این رو پیشنهاد می‌شود که مدیران در ایجاد رابطه با کارکنان بیش‌تر از فرضیه‌های نظریه‌ی γ استفاده کرده و هر چه بیش‌تر سعی در ایجاد روابط غیر رسمی و دوستانه کنند.
۴. پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی دوم: پیشنهاد می‌شود که مدیران در ایجاد ساختارهای سازمانی به مؤلفه‌ی بسیار مهم ساختار دانشی توجه کافی مبذول دارند.

۵. پیشنهاد مبتنی بر فرضیه فرعی سوم: پیشنهاد می‌شود که مدیران با ایجاد رابطه‌ی عاطفی فراگیر با کارکنان و نهادینه کردن آن در ساختار سازمانی زمینه‌ی بروز خلاقیت و نوآوری را در کارکنان بارور کنند و ضمن استفاده از مزایای هم‌فکری کارکنان، حس مسؤولیت و تعهد آنان را نسبت به اهداف سازمانی در سازمان متبلور کنند.



منابع

۱. الوانی، سید مهدی (۱۳۷۳). مدیریت عمومی، چاپ هفتم، تهران، نشر نی.
۲. دفت، ریچارد (۱۳۷۴). سازمان و طراحی ساختار، جلد اول، مترجمان: پارساییان و اعرابی، تهران، انتشارات مطالعات و پژوهش‌های فرهنگی.
۳. رایبیز، استیفن (۱۳۸۳). تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها)، ترجمه: الوانی و دانائی فرد، چاپ هشتم، تهران: انتشارات صفار- اشراقی.
۴. رایبیز، استیفن (۱۳۷۶). مدیریت رفتار سازمانی، مترجمان: پارساییان و اعرابی، چاپ اول، تهران: موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۵. سکاران، اوما (۱۳۸۴). «روش‌های تحقیق در مدیریت»، ترجمه: محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ سوم، تهران، انتشارات موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
۶. صمدآقایی، جلیل (۱۳۷۸). سازمان‌های کارآفرین، چاپ دوم، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۷. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۳). کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی (پژوهش در سازمان‌های غیر دولتی (NGOs)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران و مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۸. مقیمی، سید محمد (۱۳۸۴). کارآفرینی در سازمان‌های دولتی، چاپ اول، تهران: انتشارات فراندیش.
۹. هزار جریبی، جعفر (۱۳۸۴). کارآفرینی، چاپ اول، تهران: انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.
10. Ackoff, R.L (1994), The Democratic Corporation, London: Oxford university Press.
11. Archibong , Chi , Anyansi (2004), Technology, Infrastructure and Entrepreneurship: Role of the Government in Building a sustainable Economy, School of Business and Economics North Carolian A & T State University
12. Booyesen lize (2002) Cultural differences between African Black and

- with managers in south Africa, African's Century Challenges for Management and leadership
13. Carolin, Thomas (2004), The Role of Social Entrepreneurship in Community Development, Denmark, Aalborg University
 14. Crnwall. G&Perhman (2002) organization & Entrepreneurship, Mc Graw hill. Press
 15. Danka Troy (2000), Entrepreneurship in switzerlan: Opportunities and Challenges Short Hill: KPMG
 16. Davidow, W.H, and Malone, M.S,(1992) The Virtual Corporation , Harper Collins Publishers, New York, NY
 17. Fitzsimmons, j & Fitzsimmons, M. (2004) Service management, Operations, strategy, Information technology, Boston, Mc Graw Hill.
 18. Fremont Estephan, Fundamentals of Organization Behavior, South-Westem college Publishing.
 19. Giao, D. M (2004) Report on results of the study tour on public Administration reform in China, Singapore and South Korea, Social Government Conference, Seoul, March 18-20 (2004)
 20. Hirsch Jack & others,(1991) Entrepreneurship, the library of economics and liberty the concise Encyclopedia of economics,.
 21. Hitt, Michael & others. (1992) the Impact of Information Technology on Coordination, Evidence from the B-2 Stealth Bomber. Vol. 10 No.2 March – April.
 22. Hugh, Arnold. And Feldman, Daniel c, (1986) Organization Behavior., McGraw-hill
 23. James, peter,(1998) organization Structure, Pacific Sociological Review, Vol. 20, 2, April.
 24. Jarilo, J.C, (1988) on strategic networks, Strategic Management Journal, Vol.9.
 25. Keating. Ravmond. J. (2002), Small Bussiness Survival index 2002: Ranking the Policy environment for entrepreneurship across the nation, Washington: small Business Survival Committee.
 26. Kogut,B. Takeuchi and Zander, U, (1992) Knowledg of the firm, cominative capabilities, and the replication of technology,Organization Science, Vol.3, August.
 27. Manchuan, w (2004), on going reform in Rural China, Journal of Asian Review of public Administration, vol. x, No. S.1
 28. Mathies, Sall, (2004) IT Service Management and IT Governace, Review, Comparative Analysis and their Impact on Utility Computing, HP Laboratories Paolo Alto, (HPL-2004)
 29. NGA: National Governors Association (2004). A Governor's Guide to strengthening State Entrepreneurship Policy, Washington, D.C. NGA Center for Best Practices

30. Parker, Jesses & Mc Knight. Lee (2001), Nothing Ventured, Nothing Gained Venture Capital, Innovation and entrepreneurship in emerging markets, Nethervland: International Conference on Technology Policy and Innovation.
31. Pirich. A & Kunckey. S & Camell. J (2001) an Interface Between Entrepreneurship & Innovation, Denmark. Aalborg University
32. Robby, Daniel, (1994) the Impact of Information Technology on Organization Structure Information Management.
33. Robert. D. & Michel, p (2002), Entrepreneurship, New York: Mc Graw Hill
34. Savoie, D (1994) Thatcher, Reagh, Mulroney: in search of a new bureaucracy, Tornto, University of Tornto press
35. Stedham, y. (2002) ,National Cultural Characteristics , A comparison of gender Difference in Japan and the U.S, Nevada University of Nevada Reno
36. Tayeb, M (2000) the external Challenges of international firms, New York: Mc Graw Hill
37. Thompson, John. L, (1999) The World of the entrepreneurship a perspective, Management Journal.Vol.11, No.6.
38. Thornhill, A (2000) managing Change, New York, Financial Times, Prentice Hall.
39. Wim V. (2003) Entrepreneurship Selection and performance, U.S.A. University of Texas at Dallas and IZA.