



دانشگاه گوارزی و منابع طبیعی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد پنجم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۷

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI:

تحلیل عوامل موثر بر توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان جهادکشاورزی استان زنجان

امیر نعیمی^{۱*}، سیدمحمد جواد سبحانی^۲ و ناصر ولی‌زاده^۳

^۱استادیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان

^۲دانش‌آموخته مقطع دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

^۳دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۷/۰۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۹/۲۶

چکیده

هدف کلی این تحقیق تحلیل عوامل موثر بر توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان جهاد کشاورزی زنجان بود. جامعه آماری تحقیق، کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان بودند (N=۶۸۷). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۲۲ نفر تعیین شد و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تناسبی انتخاب شدند. ابزار تحقیق، پرسشنامه استاندارد بود. روایی ظاهری و محتوایی آن با استفاده از نظرات جمعی از متخصصان مورد بررسی و تایید قرار گرفت. همچنین مقادیر محاسبه شده آلفای کرونباخ، میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و پایایی ترکیبی (CR) برای متغیرهای تحقیق در حد قابل قبولی بود. نتایج تحلیل مسیر نشان داد عامل تحریک و پرورش انگیزه‌ها تأثیر معنی‌داری بر روی توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نداشت. همچنین سایر عوامل موثر (از قبیل: آموزش مهارت‌ها؛ تغییر درک و کشف فرصت؛ مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت؛ نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری؛ تغییر و تحول ارزش‌های سازمان) تأثیر مثبت و معنی‌داری در سطح خطای یک درصد بر روی توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه داشتند. به طوری که این عوامل ۸۷ درصد از تغییرات توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان جهاد کشاورزی زنجان را تبیین نمودند.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ سازمانی، کارآفرینی، سازمان جهاد کشاورزی زنجان، کارکنان

مقدمه

ساختارهای اداری در حال انتقال به نوعی مدیریت دولتی قابل انعطاف و کارآمد هستند. چنین تغییر و تبدیلی یک تجدیدنظر ساده و یک تغییر جزئی در مدیریت نیست، بلکه تغییری همه جانبه بوده که پارادایم جدیدی تحت عنوان "مدیریت کارآفرینانه"، از آن پشتیبانی می‌کند (علم‌بیگی و همکاران، ۱۳۸۸؛

در سال‌های اخیر ساختار سلسله مراتبی و دیوان‌سالاری اداری امور دولتی دچار یک تغییر پارادایم شده است. این تغییر به گونه‌ای بوده است که

*نویسنده مسئول: a.naeimi@znu.ac.ir

رویارویی با چالش‌های آینده آماده سازند (Hartley et al., 2013).

در این زمینه برخی از پژوهشگران (چیزداری و همکاران، ۱۳۹۲؛ رحمانیان کوشکی و عباسی، ۱۳۹۲؛ Hartnell et al., 2011) عنوان می‌کنند که یکی از مهم‌ترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های مختلف در ایران، کم‌توجهی به توسعه فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها است. لذا، جهت فائق آمدن بر این مشکل و تحقق فرآیند توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها، این نهادها باید متحول شده و از بروکراسی پرهیز کنند. این امر نیز خود در سایه‌ی تشویق و ترغیب کارکنان به رفتارهایی از قبیل نوآوری، مشارکت، سازماندهی وظایف روزانه، آموزش مهارت‌ها، شناخت فرصت‌ها و مواردی از این قبیل امکان‌پذیر می‌باشد (رحمانیان کوشکی و عباسی، ۱۳۹۲). زیرا، کارکنان سازمان‌ها به عنوان نیروی انسانی و یکی از سرمایه‌های سازمان‌ها محسوب می‌شوند که نسبت سایر منابع از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند (Roepke et al., 2011). نیل به چنین هدفی نیازمند یک برنامه مداوم توسعه‌ی سازمانی و نیز تبیین رویه‌هایی برای ایجاد توسعه‌ی فردی برای نیروی انسانی‌شان می‌باشد (Li and Lee, 2015; Brownson, 2017). این برنامه‌ها می‌تواند به برنامه‌های توسعه فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها اشاره کرد (Brownson, 2017). کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از طریق القاء فرهنگ کارآفرینانه، فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری و پیشتازی سوق می‌دهد (Li and Lee, 2015).

شناسایی ویژگی‌های منحصر به فرد کارآفرینان و عوامل مؤثر بر رشد فرهنگ کارآفرینی در جامعه و نیز سازمان شغلی یک فرد می‌تواند در دنیای معاصر به‌عنوان عنصر رشد و توسعه در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی محسوب شود. به گونه‌ای

چیزداری و همکاران، ۱۳۹۲؛ Brownson, 2017; Hartnell, 2011).

سازمان‌های امروزی در محیطی پویا، پرابهام و پیچیده فعالیت می‌کنند. در این راستا می‌توان گفت که یکی از بارزترین ویژگی‌های عصر حاضر تغییرات و تحولات شگرف و مداومی است که در طرز تفکر، ارزش‌های اجتماعی، روش‌های انجام کار و بسیاری از پدیده‌های دیگر زندگی به چشم می‌خورد (Abbasi et al., 2015; Goodman et al., 2001; Ofori and Sokro, 2010). وسعت و تنوع تغییراتی که بر سازمان‌های امروزی وارد می‌شود به قدری زیاد است که برای آنها چاره‌ای جز انطباق و پاسخ‌گویی به این تغییرات وجود ندارد (Fallah Haghighi et al., 2018). در دنیای متحول امروز اگر سازمانی نتواند به تغییرات و نیازهای مخاطبان خود پاسخ دهد یا در مقابل تغییرات حالت منفعلانه به خود بگیرد، از قافله توسعه عقب خواهد ماند (رحمانیان کوشکی و عباسی، ۱۳۹۲؛ علم‌بیگی و همکاران، ۱۳۸۸).

از این منظر، در دهه‌های اخیر موضوعاتی مانند کارآفرینی، نوآوری و تحول در سازمان‌ها توجه زیادی را به خود جلب کرده است و شکل‌گیری این اعتقاد که "کارآفرینی در شرایط و فضاهای متعدد شکل می‌گیرد و نباید صرفاً از منظر کم‌رسانی اقتصادی به آن نگریست" منجر به ورود مبحث کارآفرینی به بخش‌ها و سازمان‌های دولتی شده است (Zampetakis et al., 2009). این تحول در حوزه کارآفرینی از اهمیت نقش دولت در جوامع و تلاش برای ایجاد تحول در سازمان‌های دولتی و بهبود عملکرد آنها نشأت می‌گیرد. زیرا، سازمان‌ها برای اثربخش بودن خود نیاز به افرادی آینده‌نگر دارند که بدانند چه کارهایی را باید انجام دهند تا بتوانند به راحتی با کسانی که گوش به زنگ تحولات هستند، ارتباط برقرار کرده و خود و سازمان را برای

متشکل از مجموعه‌ای از عوامل داخلی و ذهنی مرتبط با نگرش‌های کارآفرینانه‌ی سازمان‌ها و مدیران است. فرهنگ کارآفرینی رفتار مدیران و کارکنان دخیل در انتخاب راهبردهای مربوط به فرآیندهای نوآوری و دستیابی به عملکرد بالاتر را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Leal-Rodríguez et al., 2017; Yarbrough et al., 2011). بر این اساس سازمان‌ها و شرکت‌ها اهمیت زیادی به فرهنگشان قائل می‌شوند، زیرا فرهنگ آنها می‌تواند منبع اساسی برای افزایش قدرت رقابت‌پذیری آنها باشد (Wei et al., 2014).

در این قسمت بر اساس مرور ادبیات مربوط به کارآفرینی و فرهنگ کارآفرینی سعی شد تا مهمترین عوامل و متغیرهای اثرگذار بر توسعه‌ی فرهنگ سازمانی معرفی گردد.

– **تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی:** از مهمترین خصیصه‌های افراد کارآفرین این است که به تغییر و تحول ارزش‌ها و هنجارهای نامناسب و نامساعد در محیط کار و تولید کمک می‌کنند. ایجاد فرصت کار و تلاش نیازمند اصلاح مقررات، نگرش‌ها و محدودیت‌های دست‌وپاگیر است که کارکنان و مدیران کارآفرین به خوبی قادر به انجام آن هستند. بنابراین، کارآفرین را می‌توان فردی دانست که به خوبی توانایی سازماندهی و مدیریت کار را دارد و از فرصت‌ها و موقعیت‌ها به‌طور مطلوب استفاده می‌کند و با اعمال طرح‌های ابتکاری و نوآورانه به رشد افراد و تغییرات جدید یاری می‌رساند (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹).

– **مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت:** مشارکت افراد در قالب کارهای گروهی لازمی است کارآفرینی در سازمان‌ها می‌باشد. این در حالی است که برخی از سازمان‌ها سلسله‌مراتب اداری امکان مشارکت فعال افراد در فرآیند کارآفرینی را به آنها ندهد. در این راستا، مدیران سازمان‌هایی به دنبال

که عنصر کارآفرینی به عنوان موتور حرکت تولید و توسعه اقتصادی و تقویت‌کننده روحیه سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی تلقی گردد. با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه‌جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز به دنبال ایجاد مجموعه گسترده‌ای از سازمان‌های کارآفرین هستند. از این رو، باید نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی و عوامل رشد و توسعه یا موانع آن در سازمان‌ها مشخص و معرفی شوند (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹). بدون شک در توسعه فرهنگ کارآفرینی، عوامل متعددی دخیل هستند که ضرورت دارد شناسایی شده و درجه تأثیرگذاری هر یک از آنها مشخص گردد. در این راستا، هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی در سازمان جهادکشاورزی استان زنجان تعیین گردید.

عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ کارآفرینی و

پیکربندی چارچوب نظری پژوهش

فرهنگ کارآفرینی: فرهنگ کارآفرینی از توسعه‌ی ایده‌های جدید پشتیبانی می‌کند و راه‌حل‌های جدید را برای مسائل مربوط به فرآیندهای خلاقانه کارآفرینان فراهم می‌کند (Stuetzer et al., 2017; Brownson, 2017). که خود این امر نیز به تقویت نوآوری در سازمان کمک می‌کند (Lee and Peterson, 2001; Leal-Rodríguez et al., 2017). ایجاد فرهنگ کارآفرینی در سازمان می‌تواند به سازمان در فرآیند بکارگیری و پیاده‌سازی نوآوری‌های مورد نیاز کمک کند. چنین سازمان‌هایی که تمرکز خود را بر روی فرهنگ کارآفرینی سازمانی معطوف می‌کنند، در زمینه‌ی فناوری‌ها، محصولات و خدمات یا فرآیندها به موفقیت و نتایج رضایت‌بخشی می‌رسند (Wei et al., 2013; Ireland et al., 2006).

تشخیص فرصت، درک امکان راه‌اندازی کسب و کاری جدید یا به‌طور مشخص بهبود وضعیت موجود یک کسب و کار فعال است؛ به نحوی که در نهایت، منجر به ظرفیتی مناسب برای سودآوری شود (معصومی و زمانی، ۱۳۹۳). در این راستا، برای پیشرفت باید همیشه تغییر و تحولات جدید را درک کرده و از فرصت‌های به وجود آمده بهره گرفته شود. کارکنان کارآفرین به آینده توجه می‌کنند و خود و همکاران را به بهره‌جویی از فرصت‌ها ترغیب می‌نمایند. بنابراین کارآفرینان در سازمان‌ها همیشه همگام با تغییرات، پیش می‌روند و تلاش می‌کنند فرصت‌های ایجاد شده در جریان این تغییرات را کشف کنند و از آنها بهره‌برند (Dimitratos et al., 2016).

- تحریک و پرورش انگیزه‌ها: بر اساس نظریه مک‌کله‌لند برای کارآفرینی، باید انگیزه‌هایی مانند میل به کسب ثروت، توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و غیره که موجب می‌شود فرد در مسیر کارآفرینی قرار گیرد، تقویت و تسهیل شوند. با توجه به اینکه بسیاری از افراد در محیط‌هایی هستند که آموزش‌های لازم برای تقویت و بهبود این ویژگی‌ها در آنها نیست؛ در این راستا لازم است که سازمان‌ها این ویژگی‌ها را در کارکنان و مدیران خود ایجاد کنند. این ویژگی‌ها مواردی مانند آموزش تفکر خلاق، افزایش ریسک‌پذیری، بالا بردن قدرت تحمل، دادن اعتماد به نفس، فرصت‌شناسی، دادن اطلاعات آموزشی درباره خصوصیات روانی شخصی از قبیل مرکز کنترل را شامل می‌شود (Jaffee, 1998).

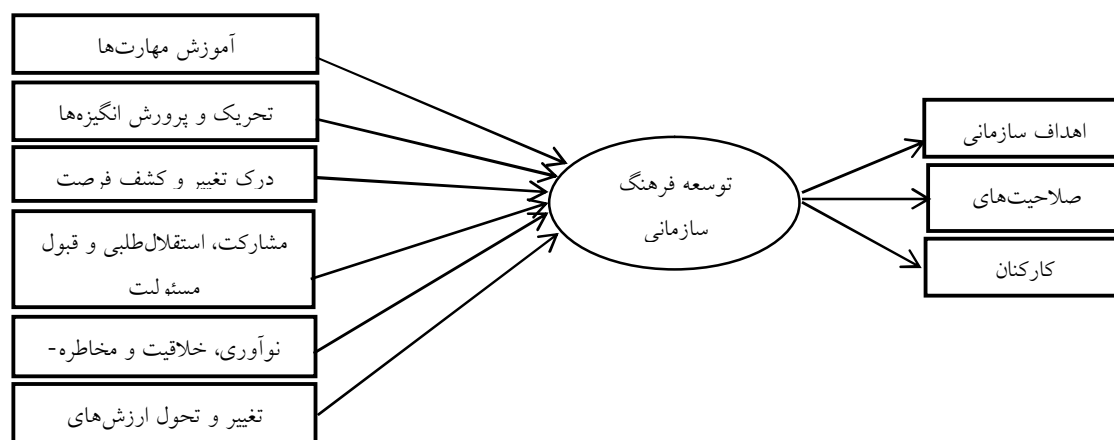
- آموزش مهارت‌ها: یکی از مهمترین گام‌ها در راستای توسعه فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها آموزش مهارت‌های مربوط به کارآفرینی است (Turro et al., 2014). چون بسیاری از افراد سازمان‌ها در ابتدا از بنیه مالی و فکری و مهارتی لازم برای شروع

کارکنانی کارآفرین می‌باشند، سعی می‌کنند از میزان قواعد و قوانین دست و پا گیر برای تداوم فرآیند کارآفرینی کم کنند (رنجبریان، ۱۳۹۱). افزون بر این، کارکنان سازمانی فعال، خلاق و کارآفرین، خود تصمیم‌گیرنده هستند و کمتر تحت تأثیر دیگران قرار می‌گیرند. آنها متکی به نفس و برخوردار از روحیه‌ای کاملاً مستقل هستند. به عبارت دیگر، اراده قوی آنها را قادر می‌کند که در برابر ناملازمات مقاومت نمایند. کارآفرینان روحیه استقلال‌طلبی دارند و حاضر هستند مسئولیت کار و شغل خود را بر عهده گیرند. آنها معتقدند باید بر پایه توانایی‌ها، شایستگی‌ها و افکار خود امرار معاش کنند. در چنین سازمانی کارکنان، خودگردان، خطرپذیر و مسئولیت‌پذیر هستند و همگی خود را در برابر منافع‌شان، شرکت و جلب رضایت ارباب رجوع مسؤل و پاسخگو می‌دانند. افراد در حیطه کاری خود تصمیم می‌گیرند و مسئولیت تصمیمات خود را بر دوش مدیران خود نمی‌گذارند (ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹).

- نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری: در یک جامعه، سرمایه یا زمین همیشه منشاء تولید ثروت نیست و افراد هوشمند، خلاق، صاحب اندیشه، پرتلاش و مصمم، شانس بیشتری برای موفقیت دارند و صاحبان سرمایه‌های کلان نمی‌توانند ثروت را در انحصار خود نگه دارند (Jaffee, 1998). افراد خلاق و کارآفرین، ریسک‌پذیر هستند. آنها از شکست خوردن هراس ندارند و با قبول ریسک، فضای کسب و کار و رقابت جدید را جستجو می‌کنند. کارآفرینان باید ریسک‌پذیر باشند، یعنی بتوانند نسبت به موقعیت، شرایط، امکانات و در یک کلام آینده خود ریسک کنند (Castaño et al., 2016؛ ویسی و کریم‌زاده، ۱۳۸۹).

- درک تغییر و کشف فرصت‌ها: کارآفرینی به عنوان کشف و استفاده از فرصت‌ها، برای تولید کالاها و خدمات قابل ارائه در آینده مفروض می‌شود.

شوند. بدین صورت پس از انجام تعدیلاتی با توجه به نظرات اساتید دانشگاهی به دلایل ناهمسنج و کم‌اهمیت بودن تعداد بسیار اندکی از مولفه‌ها یا مولفه‌هایی که خود در بطن مولفه دیگری قرار داشتند و همچنین تطبیق بیشتر آنها با شرایط سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان، مولفه‌های نهایی برای چارچوب مفهومی پژوهش شکل گرفتند، که شامل مولفه‌های آموزش مهارت‌ها، تحریر و پرورش انگیزه‌ها، درک تغییر و کشف فرصت، مشارکت، انگیزه‌ها، درک تغییر و کشف فرصت، مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت، نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری و تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی به عنوان متغیرهای مستقل می‌باشند. افزون بر این، با توجه به ادبیات موضوع از شاخص‌های اهداف سازمانی، صلاحیت‌های متمایز و کارکنان برای سنجش توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی به عنوان متغیر وابسته مورد استفاده قرار گرفتند.



شکل ۱- چارچوب مفهومی تحقیق

سازمان ترویج پایین‌تر از حدمتعادل است و به عبارت دیگر به لحاظ شاخص‌های کارآفرینی در سطح مطلوبی قرار ندارند. افزون بر این، یافته‌های بدست آمده نشان داد که بین متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی و متغیرهای مرتبط با عوامل سازمانی رابطه معنی‌دار و مثبتی در سطح یک درصد وجود دارد و نتایج حاصل

کارآفرینی برخوردار نیستند، لذا باید در زمینه‌هایی مانند مسائل مالی، شناخت بازار، اصول مدیریت، بیمه، اقتصاد، قانون کار، امور حقوقی، چگونگی راه‌اندازی کسب و کار، مهارت‌های ارتباطی، مدیریت توسعه و رشد، یافتن شیوه‌های جدید، رقابت و حفظ موقعیت در بازار و یافتن بازارهای جدید مهارت‌های را کسب کرده باشد (Thompson et al., 2000).

پس از بررسی ایبات نظری مربوط به توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در سازمان‌ها و تجزیه و تحلیل نتایج آن‌ها، مولفه‌هایی که در اکثر مطالعات ضمن هم‌سنج بودن از اهمیت زیادی برخوردار بوده و به عبارت دیگر در بیشتر مطالعات دارای اشتراک بودند، انتخاب شدند و در مرحله بعد این مولفه‌ها در اختیار صاحب نظران و اساتید دانشگاهی قرار گرفتند تا مولفه‌هایی از میان آنها که با شرایط سازمانی جهاد کشاورزی استان زنجان مناسب‌تر هستند، انتخاب

پیشینه تحقیق

علم‌پییگی و همکاران (۱۳۸۸) در مطالعه خود عوامل سازمانی مؤثر بر کارآفرینی سازمانی را در سازمان ترویج کشاورزی مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که وضعیت عوامل سازمانی مرتبط با توسعه کارآفرینی سازمانی در

زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب انجام دادند، عنوان می‌کنند که عوامل فردی، محیطی، فرهنگی - اجتماعی، انگیزشی، آموزشی - ترویجی، سیاست‌گذاری و مدیریتی مهمترین عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای ک.چک زنان روستایی می‌باشد.

چن^۱ و همکاران (۲۰۰۵) در پژوهشی در ۷۵ سازمان دولتی در کشور چین به این نتیجه رسیدند که فاکتورهایی مانند عوامل سازمانی، راهبردهای سازمانی انعطاف‌پذیر، حمایت مدیریت از کارآفرینان و مشارکت فعال کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی دارای نقش مهمی در کارآفرینی سازمانی هستند. فورست^۲ (۲۰۰۵) در تحقیقی که به منظور بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر توسعه کارآفرینی سازمانی انجام داد، متغیرهایی مانند وجود روحیه نوآوری در سازمان، منابع سازمانی، راهبردهای سازمانی و فرهنگ سازمانی را بر توسعه کارآفرینی سازمانی مؤثر دانسته است.

مطالعه فرالووا^۳ (۲۰۱۰) برای بررسی تعیین‌کننده‌های فرهنگ سازمانی در خوشه‌های فناور در غرب اروپا نشان داد که شبکه‌های اجتماعی، شرکت‌های الگویی (شرکت‌هایی که نقش الگو را برای خوشه‌ها بازی می‌کنند) و پشتیبانی مالی مهمترین تعیین‌کننده‌های فرهنگ سازمانی در خوشه‌ها محسوب می‌شوند.

تورو^۴ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی که در آن به بررسی تعیین‌کننده‌های کارآفرینی شرکتی با تأکید بر نقش فرهنگ کارآفرینی پرداختند، گزارش می‌کنند که متغیرهایی مانند زندگی در یک فرهنگ کارآفرینی، تماس با رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی، پشتیبانی

از رگسیون چند متغیره نیز نشان داد که چهار متغیر سبک رهبری، راهبرد سازمانی، نظام کنترل سازمانی و فرهنگ سازمانی به ترتیب دارای بیشترین نقش در پیش‌بینی متغیر توسعه کارآفرینی سازمانی هستند. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که عوامل سازمانی مناسب نقش زیادی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج دارند.

رنجبریان (۱۳۹۱) در پژوهش خود به بررسی شاخص‌های توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی در سطح دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهین‌دژ پرداخت. یافته‌های ایشان نشان داد که متغیرهای احساس رسالت، خلاقیت و نوآوری، مخاطره‌پذیری، انعطاف‌پذیری و سازگاری، توانایی برقراری ارتباط، انگیزه‌ی توفیق‌طلبی، هدف‌گرا بودن و استقلال‌طلبی و مسئولیت‌پذیری از مهمترین عوامل توسعه‌دهنده‌ی فرهنگ کارآفرینی در میان دانشجویان است.

یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی که به منظور بررسی اثر دانش و مهارت کارآفرینانه بر توسعه‌ی نیت کارآفرینی در میان دانشجویان دانشگاه‌های دولتی استان همدان انجام دادند، با اضافه کردن متغیرهای دانش و مهارت کارآفرینانه به نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده، ابتدا به توسعه‌ی این نظریه پرداختند و در مرحله به این نتیجه رسیدند که بین متغیرهای نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار درک‌شده و متغیر قصد کارآفرینی دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. افزون بر این، در بین متغیرهای مذکور، کنترل رفتار درک شده دارای قوی‌ترین تأثیر بود. نتایج تحقیق همچنین نشان داد که بین متغیرهای دانش و مهارت کارآفرینی با متغیر قصد کارآفرینی دیجیتالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

خسروی‌پور و پورجاوید (۱۳۹۶) واکاوی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک

1- Chen
2- Furst
3- Frolova
4- Turro

روش پژوهش

این تحقیق از لحاظ امکان کنترل متغیرها، غیرآزمایشی و توصیفی، از نظر روش گردآوری داده‌ها، میدانی و در نهایت به لحاظ قابلیت تعمیم یافته‌ها، از نوع پیمایشی به شمار می‌آید. جامعه آماری تحقیق کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان بودند ($N=687$). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد ($n=122$) و افراد نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تناسبی^۴ مورد مطالعه قرار گرفتند. پس از مرور علمی ادبیات موضوع، چارچوب مفهومی تحقیق از دو قسمت اصلی تشکیل شد برای تدوین شاخص‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از مدل لورش^۵ استفاده شد (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۰ و Cornwall and Perlman, 1990). برای تدوین شاخص‌های بخش عوامل موثر بر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از دیدگاه‌ها و مکاتب نظری ماکس وبر، پارسونز و مک کله‌لند بهره‌گرفته شد و این عوامل با استفاده از مطالعات ویسی و کریم‌زاده، (۱۳۸۹)؛ براخوس و هورویتز^۶، (۲۰۰۰)؛ دافی^۷ و همکاران، (۲۰۰۴)؛ فرای^۸ (۲۰۰۱)، هاوگ و پاردی^۹، (۱۹۹۹)؛ هارلی^{۱۰}، (۱۹۹۸)؛ تامپسون^{۱۱} و همکاران، (۲۰۰۰) و اکولس و نک^{۱۲} (۱۹۹۸) در چارچوب مفهومی تحقیق گنجانده شد. ابزار تحقیق پرسشنامه بود که پرسشنامه از سه بخش کلی تشکیل شده بود در بخش اول پرسشنامه، عوامل موثر بر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه (۲۵ گویه) بود که از شش عامل ۱- آموزش مهارت‌ها (۴ گویه)، ۲- تحریک و پرورش انگیزه‌ها (۴ گویه)، ۳- فرهنگ درک تغییر و کشف فرصت (۴ گویه)،

سازمان از طریق ارائه اعتبارات و تحول در ارزش‌های سازمانی اثرات قابل‌توجهی بر توسعه کارآفرینی شرکتی دارند.

کاندو^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی که منظور بررسی عوامل فردی مؤثر بر کارآفرینی در میان کارآفرینان اسپانیایی انجام داد، عنوان می‌کند که متغیرهای انگیزه برای کارآفرینی، شناخت فرصت‌های کارآفرینی، کسب و بدست آوردن منابع مالی و انسانی لازم، ارزش‌های فرهنگی، آموزش و مهارت لازم برای کارآفرینی و شبکه‌های اجتماعی از مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی محسوب می‌شوند.

کاستانو^۲ و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای خود سعی کرد تا سیاست‌های اقتصادی که می‌توانند توسعه کارآفرینی سازمانی را به به دنبال داشته باشند، مورد بررسی قرار دهد. نتایج پژوهش او نشان داد که سیاست‌های مربوط به تحقیق و توسعه‌ی کشورها، دیدگاه نسبت به دشواری یا آسانی شروع فعالیت‌های کارآفرینی به صورت انفرادی، اعتقاد به دارا بودن ویژگی‌های یک کارآفرین (مانند نوآوری، خلاقیت، خطرپذیری و غیره)، سرمایه‌ی اجتماعی و اقتصاد نوآورانه از مهمترین عوامل توسعه‌دهنده کارآفرینی باشند.

براونسون^۳ (۲۰۱۷) در پژوهشی که در راستای تبیین نقش الگوهای نقش بیرونی بر فرهنگ کارآفرینی انجام داد به این نتیجه رسید که فراهم ساختن الگوهای نقش بیرونی علاوه بر الگوها نقش والدینی می‌تواند به شکل‌گیری فرهنگ کارآفرینی و نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی کمک کند.

4- Proportional Stratified Random Sampling

5- Lorsch

6- Brockhaus & Horwitz

7- Duphy

8- Fry

9- Haug & Pardy

10- Hurley

11- Thompson

12- Echols & Neck

1- Canedo

2- Castaño

3- Brownson

AVE (بالاتر از ۰/۵) و مقدار پایایی ترکیبی (بالاتر از ۰/۷) برای همه نشانگرهای سازه‌های مورد مطالعه در حد مطلوب به دست آمد (Hair et al., 2010). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت ابزار تحقیق از روایی همگرایی خوبی برخوردار است. پرسشنامه‌ها به صورت دستی بین نمونه آماری توزیع شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از نرم‌افزار SPSS و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار LISREL نسخه ۸/۸۰ استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

توصیف فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به تفکیک مولفه‌ها: به‌منظور توصیف هر یک از مولفه‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از اولویت‌بندی گویه‌ها بر حسب میانگین استفاده شد. نتایج به‌دست آمده نشان داد در رابطه با مولفه اهداف سازمانی گویه‌های "اخلاقیات سازمانی با کارآفرینی همخوانی و سازگاری دارند." و "اهداف مالی اساسی و پایه‌ای هستند؛ و علاوه بر آن، بر نوآوری، محصولات و فرآیندهای جدید، فرصت‌ها و ریسک‌پذیری تأکید می‌شود." به‌ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص دادند. در رابطه با مولفه صلاحیت‌های متمایز گویه‌های "مدیریت سازمان، رهبری و بینش کارآفرینانه‌ای را در سازمان ایجاد نموده است." و "سازمان برای حفظ توان رقابتی خود از کارآفرینان درون سازمانی (افراد) که در سازمان‌های بزرگ فعالیت‌های کارآفرینانه انجام می‌دهند) استفاده می‌نماید." به‌ترتیب از اولویت اول و آخر برخوردار شدند. در رابطه با اولویت‌بندی گویه‌های مولفه کارکنان دو گویه "سیستم پاداش برای رفتارها، ارزش‌ها و مفروضات کارآفرینانه محرک‌هایی را ایجاد می‌نمایند." و "کارکنان سازمان توانمند شده‌اند." به‌ترتیب بالاترین و پایین‌ترین را به خود اختصاص دادند (جدول ۳).

۴- مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت (۴ گویه)، ۵- نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری (۴ گویه)، ۶- تغییر و تحول ارزش‌های سازمان (۴ گویه) تشکیل شد که در قالب طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفتند. در بخش دوم پرسشنامه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در قالب سه شاخص اهداف سازمانی (۶ گویه)، صلاحیت‌های متمایز (۶ گویه) و کارکنان (۳ گویه) با مقیاس طیف لیکرت مورد بررسی قرار گرفت. بخش سوم پرسشنامه شامل ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای پاسخگویان در قالب هفت سوال باز و بسته بود. روایی ظاهری و محتوایی ابزار تحقیق با استفاده از نظرات پانلی از متخصصان تعیین شد. روایی تشخیصی^۱ پرسشنامه از طریق محاسبه میانگین واریانس استخراج شده^۲ (AVE) برای هر سازه بدست آمد. براین اساس سازه‌هایی که مقدار AVE آنها بزرگتر یا مساوی ۰/۵ باشد از روایی قابل قبولی برخوردارند (جدول ۲). برای تعیین پایایی ابزار تحقیق از دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (سازه)^۳ استفاده شد. برای محاسبه آلفای کرونباخ ابتدا آزمون مقدماتی انجام شد سپس با استفاده از نرم افزار SPSS مقدار آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسشنامه محاسبه شد. مقادیر بدست آمده نشان می‌دهد ابزار تحقیق از پایایی مطلوبی برخوردار است (جدول ۲). با توجه به نقاط ضعف و اشکالاتی که روش آلفای کرونباخ دارد از جمله این‌که در این روش تمام سوالات یک سازه ارزش یکسانی دارند (Zumbo et al., 2007) بنابراین در این پژوهش از برای تعیین پایایی از روش پایایی ترکیبی هم استفاده شد و مقادیر به دست برای این شاخص بالاتر از ۰/۷ در حد مطلوبی محاسبه شد (جدول ۲). به‌طورکلی با توجه به این‌که مقادیر بارعاملی (بالاتر از ۰/۵)، مقدار

- 1- Discriminant Validity
- 2- Average Variance Extracted
- 3- Composite/Construct Reliability

جدول ۲- مقادیر محاسبه شده روایی و پایایی قسمت‌های مختلف ابزار تحقیق

متغیر	ابعاد	آلفای کرونباخ ($\alpha \geq 0.7$)	میانگین واریانس استخراج شده ($AVE \geq 0.5$)	پایایی ترکیبی ($CR \geq 0.7$)
فرهنگ سازمانی کارآفرینانه	اهداف سازمانی	۰/۸۴	۰/۵۸	۰/۹۰
	صلاحیت‌های متمایز	۰/۷۸	۰/۵۳	۰/۸۸
	کارکنان	۰/۸۱	۰/۵۷	۰/۸۹
عوامل موثر	آموزش مهارت‌ها	۰/۸۶	۰/۶۱	۰/۹۳
	تحریک و پرورش انگیزه‌ها	۰/۸۴	۰/۵۷	۰/۸۹
	درک تغییر و کشف فرصت	۰/۷۸	۰/۵۲	۰/۸۰
	مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت	۰/۸۰	۰/۵۳	۰/۸۷
	نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری	۰/۸۸	۰/۵۹	۰/۹۲
	تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی	۰/۷۵	۰/۵۱	۰/۷۸

منبع: (یافته‌های تحقیق)

جدول ۳- اولویت‌بندی گویه‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به تفکیک مولفه‌ها

مولفه	گویه	میانگین*	انحراف معیار	اولویت
اهداف سازمانی	منش‌ها و اخلاقیات جاری در سازمان با کارآفرینی همخوانی و سازگاری دارند.	۳/۰۷	۰/۹۸	۱
	سازمان برای تبدیل شدن یا باقی ماندن بر مبنای یک راهبرد کارآفرینانه سعی و کوشش می‌نماید.	۲/۸۸	۱/۱۴	۲
	آیین‌ها، شعائر و رسم‌های سازمانی، از رفتارهای کارآفرینانه افراد حمایت می‌نمایند.	۲/۷۷	۱/۱۵	۳
	سازمان بعلا آنکه فرآیندهای داخلی جدیدی را به اجرا در می‌آورد، دارای شایستگی است.	۲/۷۱	۱/۱۶	۴
	سازمان دارای صلاحیت و موفقیت است، زیرا دارای ویژگی کارآفرینانه است.	۲/۶۱	۱/۱۰	۵
	اهداف مالی از جایگاه بنیادین در سازمان برخوردار هستند؛ که در تدوین آنها بر نوآوری، محصولات و فرآیندهای جدید، فرصت‌ها و ریسک‌پذیری تأکید می‌شود.	۲/۵۰	۱/۰۹	۶
صلاحیت‌های متمایز	مدیریت سازمان، رهبری و بینش کارآفرینانه‌ای را در سازمان ایجاد نموده است.	۳/۱۴	۱/۲۰	۱
	برخوردار سازمان از فرهنگ‌های متنوع کارآفرینانه باعث پیشرفت و شایسته‌سالاری در سازمان می‌شود.	۳/۱۳	۱/۱۴	۲
	موفقیت‌های گذشته سازمان تا اندازه‌ای مربوط به کارآفرینی سازمانی است.	۲/۷۷	۱/۰۶	۳
	فعالیت کارکنان سازمان بر اساس رسالت مشترکی است که مبنای فعالیت کارکنان در این سازمان می‌باشد.	۲/۷۲	۱/۱۱	۴
	سمبل‌ها، قهرمانان و سرگذشت‌های موجود در سازمان، از شایستگی‌های کارآفرینانه حمایت می‌نمایند.	۲/۶۹	۱/۰۸	۵
	سازمان برای حفظ توان رقابتی خود از کارآفرینان درون سازمانی (افرادی که در سازمان‌های بزرگ فعالیت‌های کارآفرینانه انجام می‌دهند) استفاده می‌نماید.	۲/۵۴	۱/۰۱	۶
کارکنان	برای تحریک بروز رفتارهای کارآفرینانه در بین کارکنان سازمان، سیستم پاداش‌دهی مناسب در نظر گرفته شده است.	۳/۴۴	۱/۱۱	۱
	کارکنان کلید موفقیت سازمان هستند.	۳/۰۶	۱/۲۳	۲
	کارکنان سازمان توانمند شده‌اند.	۲/۵۴	۱/۱۶	۳

* طیف: (۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی نظرم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم)

توصیف عوامل موثر بر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه: همانطور که نتایج به دست آمده در جدول ۴ نشان می‌دهد در رابطه با متغیر آموزش مهارت‌ها، گویه "به اطلاعات و کشف و بهره‌برداری از آنها ارزش داده می‌شود" با میانگین ۲/۸۷ در بالاترین اولویت و گویه "برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی برگزار می‌شود" با میانگین ۲/۳۸ در پایین اولویت قرار گرفت. در رابطه با متغیر تحریک و پرورش انگیزه‌ها گویه "توزیع مناسب قدرت در سازمان صورت می‌گیرد." با میانگین ۲/۷۰ بالاترین اولویت و گویه "نظام تشویقی مناسب در سازمان وجود دارد." با میانگین ۲/۳۷ پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص دادند. اولویت‌بندی گویه‌های متغیر درک تغییر و کشف فرصت‌ها نشان داد گویه‌های "تفکر کار گروهی در سازمان وجود دارد." با میانگین ۳/۴۰ و "پویایی گروهی در سازمان وجود دارد." با میانگین ۲/۴۱ به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را داشتند. از

بین گویه‌های متغیر مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت دو گویه "فرهنگ انعطاف‌پذیری در سازمان وجود دارد." و "میان کارکنان ویژگی توفیق‌گرایی وجود دارد." با میانگین‌های ۳/۶۰ و ۲/۵۵ به ترتیب اولین و آخرین اولویت را به خود اختصاص دادند. در رابطه با متغیر نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری گویه‌های "برنامه ریزی راهبردی و با تکیه بر خلاقیت در سازمان وجود دارد." با میانگین ۳/۴۱ و "تغییرات جدید و کشف فرصت‌های مناسب خلاقانه درک می‌شود." با میانگین ۲/۵۱ به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را داشتند. در رابطه با تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی گویه "برنامه‌های تمرکززدایی در سازمان اجرا می‌شود." با میانگین ۲/۷۶ و گویه "مدیریت عالی با حمایت سازنده و مؤثر صورت می‌گیرد." با میانگین ۲/۴۴ به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را داشتند (جدول ۴).

جدول ۴- اولویت‌بندی گویه‌های عوامل موثر بر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

مؤلفه	گویه	میانگین*	انحراف معیار	اولویت
آموزش مهارت‌ها	به اطلاعات و کشف و بهره‌برداری از آنها ارزش داده می‌شود.	۲/۸۷	۱/۱۷	۱
	برنامه ریزی مبتنی بر ارتقای کیفیت زندگی کارکنان است.	۲/۷۰	۱/۲۷	۲
	نوع کار با علائق و تخصص کارکنان متناسب است.	۲/۶۵	۱/۲۴	۳
	برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی برگزار می‌شود.	۲/۳۸	۱/۰۲	۴
توزیع قدرت و انگیزه‌ها	توزیع مناسب قدرت در سازمان صورت می‌گیرد.	۲/۷۰	۱/۲۰	۱
	اختیار و آزادی عمل به کارکنان داده می‌شود.	۲/۷۰	۱/۲۴	۲
	به منظور ایجاد انگیزه در کارکنان نظام حقوق و دستمزد عادلانه وجود دارد.	۲/۶۵	۱/۱۲	۳
	نظام تشویقی مناسب در سازمان وجود دارد.	۲/۳۷	۰/۹۹	۴
درک تغییر و کشف فرصت	تفکر کار گروهی در سازمان در راستای ایجاد تغییر وجود دارد.	۳/۴۰	۱/۱۹	۱
	در سازمان فضای خلاق به منظور استفاده از فرصت‌های سازمان فراهم است.	۲/۹۸	۱/۲۸	۲
	راهبردهای‌های تصمیم و تغییر سازنده در سازمان وجود دارد.	۲/۵۰	۱/۱۴	۳
	پویایی گروهی در سازمان وجود دارد.	۲/۴۱	۱/۱۴	۴
استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت	فرهنگ انعطاف‌پذیری در سازمان وجود دارد.	۳/۶۰	۱/۱۵	۱
	سبک مدیریتی مشارکتی اجرا می‌شود.	۲/۹۰	۱/۱۲	۲
	در میان کارکنان روحیه استقلال فردی وجود دارد.	۲/۷۶	۱/۱۵	۳
	کارکنان از خالصه توفیق‌گرایی برخوردارند.	۲/۵۵	۱/۰۷	۴

امیر نعیمی و همکاران

ردیف	مخاطره‌پذیری	اولویت	میانگین	انحراف معیار	توضیح
۱	۳/۴۱	۱/۱۰	۳/۴۱	۱/۱۰	برنامه ریزی راهبردی و با تاکید بر خلاقیت در سازمان وجود دارد.
۲	۳/۲۵	۱/۱۱	۳/۲۵	۱/۱۱	برنامه ریزی مبتنی روش‌های نوآورانه صورت می‌گیرد.
۳	۲/۸۵	۱/۱۳	۲/۸۵	۱/۱۳	فضای خلاق در سازمان برای همکاری وجود دارد.
۴	۲/۵۱	۰/۹۸	۲/۵۱	۰/۹۸	تغییرات جدید و کشف فرصت‌های مناسب خلاق، مورد توجه قرار می‌گیرند.
۱	۲/۷۶	۱/۱۵	۲/۷۶	۱/۱۵	رویکرد تمرکز دایی در سازمان دنبال می‌شود.
۲	۲/۷۵	۱/۰۸	۲/۷۵	۱/۰۸	به رضایتمندی ارباب رجوع از ارائه خدمات ارزش داده می‌شود.
۳	۲/۶۳	۰/۹۹	۲/۶۳	۰/۹۹	چشم انداز سازمانی وجود دارد.
۴	۲/۴۴	۱/۰۳	۲/۴۴	۱/۰۳	مدیریت سازمان با همکاری و حمایت سازنده بخش‌های مختلف صورت می‌گیرد.

* طیف: (۱) کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی نظرم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم

مورد مطالعه نتایج بدست آمده نشان داد از نظر پاسخگویان عامل نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری (میانگین: ۳/۰۰) بالاترین اولویت و عامل تحریک و پرورش انگیزه‌ها (میانگین: ۲/۶۱) پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص دادند (جدول ۵).

اولویت‌بندی متغیرهای تحقیق: نتایج بدست آمده اولویت‌بندی مولفه‌های فرهنگ سازمانی کارآفرینانه نشان داد از نظر پاسخگویان متغیرهای کارکنان (میانگین: ۳/۰۱) و اهداف سازمانی (میانگین: ۲/۷۶) به ترتیب بالاترین و پایین‌ترین اولویت را به خود اختصاص دادند. در رابطه با رتبه‌بندی عوامل موثر

جدول ۵- میانگین، انحراف معیار و رتبه متغیرهای تحقیق

اولویت	انحراف معیار	میانگین*	مولفه	متغیر
۳	۱/۱۱	۲/۷۶	اهداف سازمانی	فرهنگ سازمانی
۲	۱/۱۰	۲/۸۳	صلاحیت‌های متمایز	کارآفرینانه
۱	۰/۶۵	۳/۰۱	کارکنان	
۵	۱/۱۸	۲/۶۵	آموزش مهارت‌ها	
۶	۱/۱۴	۲/۶۱	تحریک و پرورش انگیزه‌ها	
۳	۱/۱۹	۲/۸۲	درک تغییر و کشف فرصت	عوامل موثر
۲	۱/۱۲	۲/۹۵	مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت	
۱	۱/۰۸	۳/۰۰	نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری	
۴	۱/۰۶	۲/۶۵	تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی	

منبع: (یافته‌های تحقیق)

* ۱: کاملاً مخالفم، ۲: مخالفم، ۳: بی نظرم، ۴: موافقم، ۵: کاملاً موافقم

فرهنگ سازمانی کارآفرینانه تاثیر مثبت و معنی‌داری دارند (شکل ۲). به طوری که این عوامل توانستند ۸۷ درصد از تغییرات توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را تبیین نمایند (جدول ۶). از ضرایب مسیر بدست آمده در جدول ۶ و شکل ۳ می‌توان نتیجه گرفت متغیر "مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت" با مقدار ضریب مسیر ۰/۳۱ بیشترین تاثیر و متغیر "درک تغییر

تحلیل مسیر اثرات عوامل موثر بر توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه: به‌منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق، مقادیر اثر متغیرهای تاثیرگذار بر روی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر در نرم‌افزار لیزرل مورد بررسی قرار گرفت. نتایج بدست آمده نشان داد که عوامل مورد مطالعه (به غیر از عامل تحریک و پرورش انگیزه‌ها) بر روی توسعه

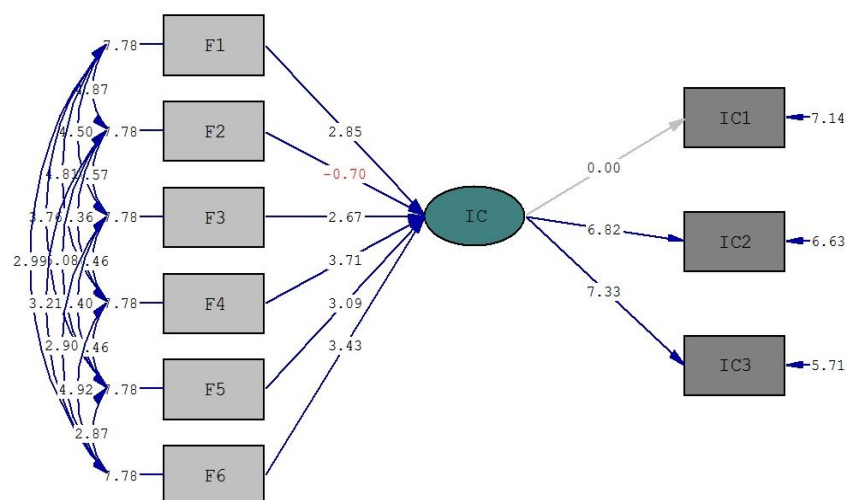
سازمان جهاد کشاورزی شهرستان زنجان را داشتند.

و کشف فرصت" با مقدار ضریب مسیر ۰/۲۰ کمترین تاثیر را در توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در

جدول ۶- مقادیر ضرایب مسیر اثرات متغیرهای مستقل بر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه

ضریب تبیین	مقدار t	خطای استاندارد	ضریب مسیر	مسیر
۰/۸۷	۲/۸۵**	۰/۰۷۴	۰/۲۱	آموزش مهارت‌ها (F1)
	۰/۷۰	۰/۰۷۸	-۰/۰۵	تحریک و پرورش انگیزه‌ها (F2)
	۲/۶۷**	۰/۰۷۵	۰/۲۰	درک تغییر و کشف فرصت (F3)
	۳/۷۱**	۰/۰۸۳	۰/۳۱	مشارکت، استقلال‌طلبی و قبول مسئولیت (F4)
	۳/۰۹**	۰/۰۷۱	۰/۲۲	نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری (F5)
	۳/۴۳**	۰/۰۶۱	۰/۲۱	تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی (F6)

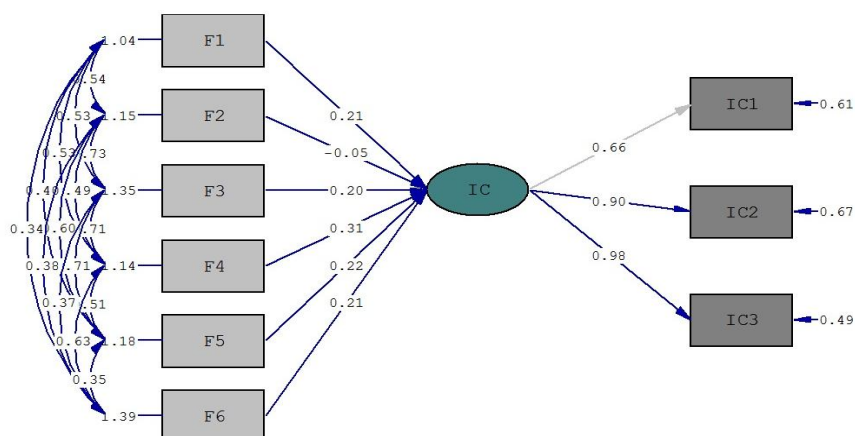
** $p \leq 0.01$ و $t \geq 1.96$



Chi-Square=20.06, df=12, P-value=0.06599, RMSEA=0.075

شکل ۲- مدل اعداد معناداری (t values) متغیرهای تحقیق

منبع: (یافته‌های تحقیق)



Chi-Square=20.06, df=12, P-value=0.06599, RMSEA=0.075

شکل ۳- مدل تخمین استاندارد (Estimates) متغیرهای تحقیق

منبع: (یافته‌های تحقیق)

وضعیت انگیزشی کارکنان در سازمان چندان مطلوب و کارآفرینانه نیست و سازمان امکانات رفاهی چندان برای کارکنان خود فراهم نمی‌کند، شرایط درونی سازمان چندان با روحیات کارکنان سازگار نیست و چندان آنها را برانگیخته نمی‌سازد.

ضرایب مسیر بدست آمده از مدل ساختاری تحقیق نشان می‌دهد که همه متغیرهای مورد مطالعه تأثیری مثبت و معنی‌داری بر روی توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در مدیریت‌های جهاد کشاورزی استان زنجان داشتند به طوری که این عوامل ۸۷ درصد از تغییرات فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را تبیین نمودند. این یافته با نتیجه مطالعات رنجبریان (۱۳۹۱)؛ Castaño et al., (2016)؛ ویسی و کریم‌زاده (۱۳۸۹)؛ Canedo et al., (2014)؛ Furst, (2005)؛ دارد. در بین شش عامل مؤثر مورد مطالعه فقط متغیر تحریک و پرورش انگیزه‌ها بر روی فرهنگ کارآفرینانه در این سازمان تأثیر معنی‌داری نداشت و از آنجایی که میانگین این عامل نیز در سازمان جهاد کشاورزی زنجان در سطح پایینی (اولویت آخر) به دست آمد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان به منظور ایجاد خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در سازمان و واحدهای متبوعه خود باید از محرک‌های انگیزشی بهره بگیرد تا روحیه کارکنان برای ارائه ایده‌های نو و کارآفرینانه افزایش یابد و بتوانند با انگیزه بالا در راستای اهداف کارآفرینانه سازمان گام بردارند. به همین منظور توجه به نیازهای آنی و آتی کارکنان می‌تواند اثربخش باشد. برگزاری جلسات مستمر با کارکنان در رابطه با مشکلات و مسائل آنها در این زمینه می‌تواند تأثیر به‌سزایی در تقویت انگیزه و روحیه کارکنان داشته باشد. در مورد وضعیت درک تغییر و کشف فرصت در جهاد کشاورزی زنجان نتایج بدست آمده نشان دادند که وضعیت سازمان در رابطه با این متغیر کمتر از

بررسی شاخص‌های برازش مدل ساختاری تحقیق: بر اساس یافته‌های تحقیق، نسبت کای اسکوتر به درجه آزادی برای مدل ساختاری تحقیق ۱/۶۷ بدست آمد که مطلوب (کمتر از ۳) می‌باشد. مقدار شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA) برای مدل بدست آمده ۰/۰۷۵ بدست آمد که مقدار مطلوبی می‌باشد. مقادیر شاخص‌های بررسی باقیمانده واریانس و کوواریانس در بافت داده‌ها (از قبیل $GFI=0/96$ ، $SRMR=0/030$ ، $RMR=0/037$) برای مدل ساختاری تحقیق در حد مطلوب و قابل قبول بدست آمد که نشان می‌دهد کوواریانس و واریانس خطا به خوبی کنترل شده است. در رابطه با شاخص‌های بررسی مدل‌های جایگزین از قبیل ($NFI=0/98$ ، $NNFI=0/96$ ، $IFI=0/99$ ، $CFI=0/99$) مقادیر بدست آمده برای مدل تحقیق در حد مطلوب (بالتر از ۰/۹۰) بدست آمد. به طوری کلی با توجه به مقادیر بدست آمده برای شاخص‌های اصلاح و برازش مدل می‌توان نتیجه گرفت مدل ساختاری تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار است.

نتیجه‌گیری، بحث و پیشنهادها

این تحقیق با هدف تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان انجام شد به همین منظور پس از مرور ادبیات تحقیق شش عوامل از قبیل "آموزش مهارت‌ها"، تحریک و پرورش انگیزه‌ها"، "درک تغییر و کشف فرصت"، "مشارکت، استقلال طلبی و قبول مسئولیت"، "نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری"، "تغییر و تحول ارزش‌های سازمانی" به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق شناسایی شدند که تأثیر آنها بر روی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه سنجیده شد. یافته‌های تحقیق حاضر در مورد وضعیت سازمان در تحریک و پرورش انگیزه در کارکنان نشان داد که

از رهیافت‌ها و سیاست‌گذاری‌های مقطعی و کوتاه‌مدت چاره‌ساز نخواهد بود و فقط باعث اتلاف هزینه‌ها خواهد شد. به‌طورکلی اگر عواملی که در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند همه نقاط قوت و ضعف آنها در کنار هم، مورد توجه مسئولان ذی‌ربط قرار بگیرند می‌توان گفت سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان و همه واحدهای تابعه آن می‌توانند در مسیر توسعه فرهنگ کارآفرینانه قرار بگیرند. همانطور که یافته‌های توصیفی تحقیق نشان دادند سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان از نظر میانگین فرهنگ سازمانی کارآفرینانه در وضعیت پایین‌تر از سطح متوسط قرار دارد و از حد مطلوب برای نیل به یک سازمان کارآفرین فاصله دارد. با توجه به این یافته پیشنهاد می‌شود سازمان جهاد کشاورزی زنجان برای ایجاد و توسعه فرهنگ کارآفرینانه بایستی با ایجاد سازوکارهای مختلف ساختاری و کارآفرینانه و ایجاد روحیه و روابط کارآفرینانه شرایط لازم را برای بهبود رفتارهای کارآفرینانه ایجاد نماید. از جمله سازوکارهایی که می‌تواند در این زمینه موثر واقع شود می‌توان به بازمهندسی ساختار و تشکیلات سازمانی با رویکرد کارآفرینانه، کاهش پیچیدگی‌های سازمانی، تمرکززدایی، تفویض اختیار به کارکنان خلاق، بکارگیری سیستم‌پاداش‌دهی پایدار، تاکید بر رویکردهای مشارکتی در مدیریت سازمان اشاره کرد تا از این طریق بتواند فرهنگ کارآفرینی را در واحدهای متبوعه گسترش دهد. این امر با توجه به ضرورت توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها بایستی در کلیه سطوح سازمان از مدیران بالایی تا کارکنان مورد توجه قرار گیرد.

منابع

۱. چیذری، م.، عباسی، ع. و رحمانیان کوشکی، م. ۱۳۹۲. ارتباط بین دریافت حمایت سازمانی و هوش هیجانی با رفتار کارآفرینی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان

سطح متوسط می‌باشد که این نشان می‌دهد سازمان خیلی کم از تغییرات به وجود آمده به عنوان یک فرصت استفاده می‌کند و کمتر از تحلیل راهبردی (SWOTs) به‌منظور شناسایی نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها در این راستا بهره می‌برد بنابراین از پویایی لازم برای شناسایی فرایندهای نو و روش‌های کاری جدید برخوردار نمی‌باشد. با توجه به این‌که وجود پویایی و خلاقیت پیش‌شرط فرهنگ کارآفرینانه در سازمان می‌باشد بنابراین با این شرایط حاکم در سازمان مورد مطالعه، توسعه فرهنگ کارآفرینانه در این سازمان کمی دشوار می‌باشد.

از طرفی دیگر وضعیت نوآوری، خلاقیت و مخاطره‌پذیری در سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان و واحدهای متبوعه آن در سطح متوسط به‌دست آمد که بیانگر این است مدیران این سازمان توجه لازم به بروز خلاقیت و نوآوری در کارکنان ندارند زیرا وظایف کاری کارکنان در سازمان به نحوی است که آنان فرصت و زمان کافی برای بروز نوآوری درباره مسائل گسترده سازمانی را ندارند. از طرفی دیگر به اعتقاد پاسخگویان، راهبرد سازمانی موجود در سازمان جهاد کشاورزی اجازه شکل‌گیری و بروز اندیشه‌ها و رفتارهای نوآورانه و خلاق را به کارکنان نمی‌دهد و با این شرایط موجود حاکم بر سازمان نمی‌توان انتظار چندان زیادی از کارکنان در راستای بروز رفتارهای کارآفرینانه و به تبع آن توسعه فرهنگ کارآفرینانه در این سازمان را داشت.

به‌عنوان یک نتیجه کلی می‌توان گفت که کارآفرینی و همچنین فرهنگ کارآفرینی سازمانی مفهومی پیچیده و گسترده‌ای است که می‌تواند تحت تأثیر عوامل متعددی قرار گیرد. بنابراین به‌منظور نهادینه کردن آن در سازمان‌ها و به‌ویژه در سازمان جهاد کشاورزی ضروری است تا از یک رهیافت نظام‌مند، واقع‌گرا و بلند مدت بهره‌گرفته شود. استفاده

11. Brockhaus, R. and Horwitz, P. 2000. *The Psychology of the entrepreneur*, In D. Sexton & R. Smilor. *The Art and Science of Entrepreneurship* Cambridge, Mass: Ballinger.
12. Brownson, C.D. 2017. *Exposure to External Role Models as a determinant of entrepreneurial culture in Southern Nigeria*. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(13): 129-132.
13. Canedo, J., L. Stone, D., L. Black, S. and Lukaszewski, M. K. 2014. *Individual factors affecting entrepreneurship in Hispanics*. *Journal of Managerial Psychology*, 29(6): 755-772.
14. Castaño, M. S., Méndez, M. T. and Galindo, M. Á. 2016. *The effect of public policies on entrepreneurial activity and economic growth*. *Journal of Business Research*, 69(11): 5280-5285.
15. Chen, J., Zhu, Z. and Anquan, W. 2005. *A system model for corporate entrepreneurship*. *International Journal of Manpower*, 26(6): 529-543.
16. Cornwall J. and Perlman B. 1990. *Organizational Entrepreneurship*. Illinois: Richard D. Irwin.
17. Dimitratos, P., Johnson, J.E., Plakoyiannaki, E. and Young, S. 2016. *SME internationalization: How does the opportunity-based international entrepreneurial culture matter?* *International Business Review*, 25(6): 1211-1222.
18. Duphy, S., Herbig, P. and Golden, J. 2004. *The relationship of entrepreneurial and innovative success*. *Marketing Intelligence & Planning*, 12(9): 76-85.
19. Echols, A. and Neck, Ch. 1998. *The impact of behaviors and structure on corporate entrepreneurial success*. *Journal of Managerial Psychology*, 13(1,2): 38-46.
20. Fallah Haghighi, N., Bijani, M., Rezvanfar, A. and Valizadeh, N. 2018. *Developing an Appropriate Model for Entrepreneurial Faculty of Agriculture in Iran*. *International Journal of Agricultural Management and Development*. 8(4):1-17
21. Frolova, P. 2010. *Entrepreneurial culture in innovative bioclusters: Towards a success factors model*. M.Sc. thesis, University of Twente.
22. Fry, F. 2001. *Entrepreneurship: A Planinig Approach*. Englewood Cliffs Nj: Prentice-Hall.
23. Furst, R.M. 2005. *An exploration of corporate entrepreneurship: Venturing signatures and their underlying dynamics*.
فارس. تحقیقات اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی ایران، ۴۴ (۱): ۶۵-۵۵.
۲. خسروی‌پور. ب. و پورجاوید، س. ۱۳۹۶. واکاوی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک (SME) زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا. فصلنامه راهبردهای توسعه‌ی روستایی، ۴ (۳): ۲۹۹-۳۱۵.
۳. رحمانیان کوشکی، م. و عباسی، ع. ۱۳۹۲. ساز و کارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه‌ی کارکنان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم. مدیریت دولتی، ۵ (۴): ۱۲۱-۱۳۸.
۴. رنجبریان، ر. ۱۳۹۱. شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی در سطح دانشگاه. ماهنامه کار و جامعه، ۱۴۷، ۴-۱۷.
۵. علم‌بیگی، ا.، ملک‌محمدی، ا. و مقیمی، س.م. ۱۳۸۸. بررسی عوامل سازمانی مؤثر بر توسعه‌ی کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی. مجله تحقیقات و اقتصاد توسعه کشاورزی ایران (مجله علوم کشاورزی ایران)، ۴۰ (۱): ۲۱-۳۱.
۶. معصومی، ا. و زمانی، ن. ۱۳۹۳. مدل تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه در بخش کشاورزی. نشریه‌ی کارآفرینی در کشاورزی، ۱ (۴): ۱۸-۱.
۷. مقیمی، م. و رمضان، م. ۱۳۹۰. پژوهشنامه مدیریت. جلد یازدهم، انتشارات راه‌دان. تهران.
۸. ویسی، ر. و کریم‌زاده، پ. ۱۳۸۹. توسعه فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل و راهکارها (مطالعه‌ی موردی: دانشگاه پیام‌نور استان مازندران). دو فصلنامه‌ی برنامه و بودجه، ۱۱۱، ۱۵۹-۱۸۳.
۹. یعقوبی‌فرانی، ا.، معتقد، م.، و کریمی، س. ۱۳۹۴. نقش دانش و مهارت کارآفرینانه در توسعه قصد کارآفرینی دیجیتال دانشجویان دانشگاه‌های دولتی استان همدان. پژوهش‌نامه‌ی پردازش و مدیریت اطلاعات، ۳۱ (۳): ۷۸۵-۸۰۲.
10. Abbasi, E., Akbari, M. and Tajeddini, K. 2015. *Organizational learning capabilities: Evidence from the Iranian agricultural higher education system*. *Iranian Journal of Management Studies*, 8(1): 117.

- entrepreneurial culture and capabilities*. Journal of World Business, 50(4): 663-673.
36. Ofori, D. F. and Sokro, E. 2010. *Examining the Impact of Organisational Values on Corporate Performance in Selected Ghanaian*. Global Management Journal, 2(1): 23-31.
37. Roepke, R., Agarwal, R. and Ferratt, T. W. 2000. *Aligning the IT human resource with business vision: the leadership initiative at 3M*. Mis Quarterly, 24(2): 327-353.
38. Stuetzer, M., Audretsch, D.B., Obschonka, M., Gosling, S. D., Rentfrow, P.J. and Potter, J. 2017. *Entrepreneurship culture, knowledge spillovers and the growth of regions*. Regional Studies[Online], 608-618.
39. Thompson, J., Alvy, G. and Lees, A. 2000. *Social entrepreneurship—a new look at the people and the potential*. Management decision, 38(5): 328-338.
40. Turro, A., Urbano, D. and Peris-Ortiz, M. 2014. *Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship*. Technological Forecasting and Social Change, 88, 360-369.
41. Wei, Y. S., O'Neill, H., Lee, R. P. and Zhou, N. 2013. *The impact of innovative culture on individual employees: The moderating role of market information sharing*. Journal of Product Innovation Management, 30(5): 1027-1041.
42. Wei, Y., Samiee, S. and Lee, R. 2014. *The influence of organic organizational cultures, market responsiveness, and product strategy on firm performance in an emerging market*. Journal of the Academy of Marketing Science, 42(1): 49-70.
43. Yarbrough, L., Morgan, N. A. and Vorhies, D. W. 2011. *The impact of product market strategy organizational culture fit on business performance*. Journal of the Academy of Marketing Science, 39(4): 555-573.
44. Zampetakis, L.A., Beldekos, P. and Moustakis, V.S. 2009. *“Day-to-day” entrepreneurship within organisations: the role of trait emotional intelligence and perceived organizational support*. European Management Journal, 27(3): 165-175.
45. Zumbo, B.D., Gadermann, A.M. and Zeisser, C. 2007. *Ordinal versions of coefficients alpha and theta for likert rating scales*. Journal of Modern Applied Statistical Methods, 6: 21-29.
- Available at: www.wilkes.edu/Include/Academics/Gradbulletin_0304.Pdf.
24. Goodman, E. A., Zammuto, R.F. and Gifford, B.D. 2001. *The competing values framework: Understanding the impact of organizational culture on the quality of work life*. Organization Development Journal, 19(3): 58.
25. Hair, J., Black, C., Babin, J. and Anderson, E. 2010. *Multivariate Data Analysis*. USA: Prentice Hall.
26. Harley, J., Sørensen, E. and Torfing, J. 2013. *Collaborative innovation: A viable alternative to market competition and organizational entrepreneurship*. Public Administration Review, 73(6): 821-830.
27. Hartnell, C.A., Ou, A.Y. and Kinicki, A. 2011. *Organizational culture and organizational effectiveness: a meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions*. Journal of Applied Psychology, 96(4): 677-685.
28. Haug, H.M. and Pardy W. 1999. *Community entrepreneurship in north eastland*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 5(4): 56-63
29. Hurley, A. 1998. *Incorporating feminist theories in to sociological theories of entrepreneurship*. Woman in management Review, 14(2): 113-121.
30. Ireland, R.D., Kuratko, D.F. and Morris, M.H. 2006. *A health audit for corporate entrepreneurship: Innovation at all levels: Part I*. Journal of Business Strategy, 27(1): 10-17.
31. Jaffee, D. 1998. *Levels of socio-economic development theory*. Greenwood Publishing Group.
32. Kamalian A.R. and Fazel A. 2011. *Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial level among students (case study: University of Sistan and Baluchestan)*. Entrepreneurship Development, 3(11):127-46.
33. Leal-Rodríguez, A.L., Albort-Morant, G. and Martelo-Landroguez, S. 2017. *Links between entrepreneurial culture, innovation, and performance: The moderating role of family firms*. International Entrepreneurship and Management Journal, 13(3): 819-835.
34. Lee, S.M. and Peterson, S.J. 2001. *Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness*. Journal of World Business, 35(4): 401-416.
35. Li, J. and Lee, R. P. 2015. *Can knowledge transfer within MNCs hurt subsidiary performance? The role of subsidiary*



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 5(3), 2018

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI:

Analysis Factors Influencing Development of Entrepreneurial Culture in Agricultural Organization of Zanjan province

A. Naeimi^{1*}, M.J. Sobhani² and N. Valizadeh³

¹Assistant Professor, Department of Extension, Communication and Rural Development, University of Zanjan

²Graduated Ph.D., Agricultural Extension and Education Department, Tarbiat Modares University

³Ph.D. student of Agricultural Extension and Education Department, Shiraz University

Received: 23/09/2018 ; Accepted: 17/12/2018

Abstract

The aim of this study was to analysis factors influencing development of entrepreneurial organizational culture in Agricultural Jihad organization of Zanjan province. Statistical population of research were staffs who involved in Agricultural organization of Zanjan province (N=687). The sample size was determined using the Cochran formula (n=122). Sample respondents were selected using proportional stratified sampling method. Research instrument was standard questionnaire. Face and content validity of questionnaire was approved by a panel of experts. Also, calculated values of Cronbach's Alpha, Average Variance Extracted (AVE) and Composite Reliability (CR) for all variables were confirmed. Results of path analysis showed that motivation stimulating and fostering had no significant effect on development entrepreneurial organizational culture. Also, other effective factors (such as: skills training; change the perception and discovery of opportunity; participation, independence and of responsibility; innovation, creativity and risk appetite; change and evolution of organization values) had positive and significant effect ($p \leq 0.01$) on development of Entrepreneurial culture. So that these variables explained 87% of variance in the entrepreneurial culture development of Agricultural Jihad organization in Zanjan province.

Keywords: Organizational Culture, Entrepreneurship, Agriculture Organization of Zanjan, Staffs

*Corresponding author; a.naeimi@znu.ac.ir

