

بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: آموزش و پرورش نیکشهر)

محمد امین سبکزه‌ی^{۱*}

ناهید امیری^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۱۵ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۱۲/۰۵

چکیده

در حال حاضر سیر تحولات جهانی، کارآفرینان را در خط مقدم توسعه فناوری و توسعه اقتصادی قرار داده است. تجربه موفقیت‌آمیز اغلب کشورهای پیشرفته و نیز برخی از کشورهای در حال توسعه در عبور از بحرانهای اقتصادی به واسطه توسعه کارآفرینی در آن کشورها، موجب گردیده تا سایر کشورها نیز برای کارآفرینی، کارآفرینان و شکل‌گیری کسب و کارهای نوآورانه اهمیت خاصی قائل گردند. کارآفرینی با عوامل گوناگونی در ارتباط می‌باشد که شاید بتوان گفت مهمترین این عوامل، فرهنگ سازمانی است. از این رو، تحقیق حاضر به بررسی ارتباط بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی می‌پردازد که از لحاظ هدف، از انواع تحقیقات کاربردی و از نظر نوع روش، از انواع تحقیقات توصیفی است بدین منظور از دو پرسشنامه مجزا استفاده شده است و از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت در تدوین پرسشنامه‌ها استفاده شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در پژوهش حاضر را کارکنان آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر و دیگر مناطق تحت پوشش تشکیل می‌دهد که بنابر آمار اخذ شده تعداد آنان ۶۸ نفر است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی از دیدگاه کامرون و کوپین و کارآفرینی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی

فرهنگ، فرهنگ سازمانی^۱، کارآفرینی سازمانی^۲

۱. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، کارمند آموزش و پرورش نیکشهر. (نویسنده مسئول: aminsabok2020@gmail.com).

۲. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، کارمند آموزش و پرورش نیکشهر.

¹. Organizational Culture

². Organization Entrepreneur

مقدمه

«کارآفرینی^۱ مفهومی عینی و عملی است که هم زمان با آغاز زندگی انسان بر روی زمین و تلاش برای کسب درآمد و تأمین مایحتاج زندگی پا به عرصه وجود گذاشته است» (سعیدی مهرآباد و مهتدی، ۱۳۸۷). «کارآفرینی، واژه ای است که در اصل از کلمه فرانسوی (آنتروپراندر)^۲ به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژه نامه وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید» (کاتسکینز^۳ و کیرگیدو^۴، ۲۰۰۳). در مورد کارآفرینی سازمانی بایست گفت: کارآفرینان سازمانی نمی توانند به راحتی از کنار مسائل و مشکلاتی که می بینند، بگذرند. انتهای همه مسائل را باز می دانند و همواره به دنبال راه حلی برای آنها می باشند. همیشه طرح و ایده جدیدی در ذهن می پروراند. آنها آرمان گرا هستند و توانایی خوبی در تبدیل فکرها و ایده ها به واقعیتی سودآور دارند و بالاخره اینکه کارآفرینان سازمانی، با ایجاد نوآوری در سازمان سبب تحول اساسی در آن شده و همواره پیشتاز و پیشگام توسعه محصولات و خدمات جدید هستند. افراد بسیاری که سازمان ها را رها و خودشان سازمان جدیدی تأسیس می کنند، نمایانگر این هستند که بیشتر سازمان ها قادر نیستند، محیطی را برای کارآفرینی خلق کنند (صمدآقایی، ۱۳۷۸). «نقش سازمان ها در دستیابی به هدف های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، آن چنان برجسته است که سازمان های هر جامعه را گردونه های تحقق اهداف آن جامعه می نامند» (خنیفر و وکیلی، ۱۳۸۷). در این راستا موقعیت اقتصادی، صنعتی، اجتماعی و فرهنگی امروز کشور به گونه ای است که حل مشکلات و تنگناها، الگوها و راه حل های جدید و متفاوتی را طلب می کند. ترکیب جمعیتی جوان کشور، ضرورت ایجاد فرصت های شغلی و نیز نوسان بهای نفت از جمله عوامل عمده ای هستند که موجب می شوند سیاستگذاران و تصمیم گیران کلان کشور به منبع درآمد سهل الوصول دیگری به جز نفت بیندیشند و بی شک آن منبع جز ابتکار، خلاقیت و نوآوری چیز دیگری نیست. اکنون در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر به عنوان کارآفرینان منشأ تحولات بزرگی در زمینه های صنعتی، تولیدی و خدماتی شده اند. چرخ های توسعه اقتصادی همواره با توسعه کارآفرینی به حرکت در می آید (پارکیر، ۲۰۰۹). خوشبختانه در سال های اخیر در کشور ما، مقوله کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته، با این وجود این مفهوم برای بسیاری از دست اندرکاران و افراد جامعه ناشناخته و غریب است. شاید به همین دلیل تاکنون برنامه ریزی و بسترسازی مناسبی در حوزه های اقتصادی، اجتماعی و نظام آموزشی کشور برای توسعه کارآفرینی صورت پذیرفته است. در موقعیت کنونی که اقتصاد کشورمان با مسائل و نارسایی های مهمی نظیر فرار مغزها، بیکاری، کمبود نیروی انسانی متخصص، کاهش سرمایه گذاری دولت، عدم تحرک و رشد اقتصادی کافی رو به روست، پرورش و آموزش کارآفرینان از اهمیت مضاعفی برخوردار است (ملکی، ۱۳۸۶). از طرفی فرهنگ یک سازمان میناتوروی از فرایندهای کلان فرهنگی محیط

¹ entrepreneurship

² Entrepren dre

³ catskinx

⁴ kirgidoo

سازمان می‌باشد که با ظهور مقوله‌هایی مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱، پدیده جهانی شدن و چگونگی برخورد با آن، دگرگونی‌های جمعیت شناختی، آموزش مداوم، انفجار دانش، بحران‌های اخلاقی، سازمان یادگیرنده و رشد فزاینده دانش، توجه به کیفیت و اثربخشی در سازمان‌ها ضرورت بسترسازی مناسب در فرهنگ سازمانی^۲ را در همه سطوح سازمانی ایجاد می‌نماید. شناخت و ارزیابی فرهنگ یک سازمان به عنوان بستر ایجاد تغییرات سازمانی، نقشی کلیدی در موفقیت سازمان‌ها بازی می‌کند. فرهنگ در یک سازمان به مثابه شخصیت در یک انسان است که شالوده وجودی آن را تشکیل می‌دهد و باعث تشکل و انسجام سازمان در حرکت به سمت اهداف می‌شود. از آن جا که فرهنگ سازمانی شکل دهنده رفتار اعضای سازمان اعم از کارکنان و مدیران در سطوح مختلف است، می‌تواند توانایی سازمان در ایجاد تغییر و جهت‌گیری استراتژیک را به نحو چشم‌گیری تحت تأثیر قرار دهد. بدون داشتن یک فرهنگ سازمانی اثر بخش نمی‌توان انتظار فعالیت‌های کارآفرینانه داشت.

جهان امروز بی‌تردید از ویژگی‌های خاصی برخوردار است. یکی از ویژگی‌های عصر حاضر تغییر و تحولات شگرفی است که در طرز فکر، ایدئولوژی، ارزش‌های اجتماعی، روش‌های انجام کار به چشم می‌خورد. از جمله پدیده‌هایی که به شدت تحت تأثیر این تغییرات قرار می‌گیرند، سازمان‌ها می‌باشند. بیشتر تغییراتی که سازمان‌ها با آن مواجه هستند از چنان شتاب و نیرویی برخوردار است که در دنیای رقابت افزای کنونی، هر نوع مقاومتی را درهم کوبیده و همه را با خود به جلو می‌برد.

مروری بر ادبیات پژوهش

انواع فرهنگ سازمانی

الگوی فرهنگ سازمانی مورد استفاده در پژوهش حاضر

برای فرهنگ سازمانی طبقه‌بندی‌های گوناگونی انجام گردیده است. از تقسیم‌بندی‌هایی که در زمینه فرهنگ سازمانی ارائه شده و شاید جامع‌ترین آنها باشد و این تحقیق نیز با تکیه بر آن انجام گرفته است، تقسیم‌بندی کامرون و کوپین می‌باشد که در این تحقیق نیز بدان استناد شده است.

دنیسون (۲۰۰۲) چهار نوع فرهنگ سازمانی «فرهنگ ویژه ادهو کراسی»، «فرهنگ طایفه‌ای»، «فرهنگ بازاری» و «فرهنگ سلسله‌مراتبی» را با استفاده از چارچوب ارزش‌های رقیب تعریف می‌کند. کامرون و کوپین^۳ در سال ۱۹۹۹، با استفاده از چارچوب ارزش‌های رقیب، چهار نوع فرهنگ سازمانی زیر تعریف کردند:

^۱ Information Communication Technology

^۲ Organization Culture

^۳ Cameron & Quinn

فرهنگ طایفه ای

فرهنگ طایفه‌ای (قبیله‌ای، تعاونی یا همکاری): با محوریت انسجام درونی سازمان و تقویت روحیه کارکنان؛ کار در یک مکان بسیار دوستانه صمیمی به گونه‌ای که افراد مطالب زیادی را به اشتراک می‌گذارند. ویژگی‌های معمول در یک سازمان با گرایش فرهنگی قبیله‌ای غالب عبارتند از کارگروهی، برنامه‌های مشارکت کارکنان، تعهد بالای کارکنان به سازمان و همکاران و تعهد بالای شرکت به کارمندان. (ارژنگ یزدی، ۱۳۹۲) سازمانی دارای فرهنگ قبیله‌ای است که بر حفظ بقا و انعطاف‌پذیری، علاقه به افراد و حساسیت نسبت به مشتریان تأکید دارد. مکان و فضای کاری سازمان‌های با فرهنگ قبیله‌ای بسیار دوستانه است؛ جایی که کارکنان در بسیاری از موارد با یکدیگر اشتراک دارند؛ درست مثل اعضای یک خانواده بزرگ. انسجام سازمانی از طریق وفاداری به سنت‌ها ایجاد می‌شود. تعهد سازمانی بسیار بالاست. سازمان بر منافع بلندمدت منابع انسانی و دستیابی به درجه بالایی از انسجام و اخلاق تأکید می‌ورزد. موفقیت در چنین سازمان‌هایی برحسب میزان حساسیت نسبت به مشتریان و علاقه به انسان‌ها تعریف می‌شود. سازمان پاداش ویژه‌ای برای کارهای گروهی، مشارکت و توافق آرا در نظر می‌گیرد (کامرون و کوئین، ۲۰۰۶، ۶۶).

فرهنگ ویژه سالار

با محوریت انعطاف سازمانی، کارآفرینی و نوآوری. سازمان‌هایی که این نوع فرهنگ در آنها غالب است، معمولاً ساختار ارگانیک دارند و مکانیکی نیستند و مشخصه‌ی آنان پویایی محیط کار، خلاقیت و کارآفرینی است. این سازمان‌ها پرسنل توانمند داشته و درجه‌ی ریسک‌پذیری بالایی دارند. از دیگر مشخصات آنها رهبری مؤثر خلاق و ریسک‌پذیر است (ارژنگ یزدی، ۱۳۹۲). سازمان‌هایی دارای فرهنگ ادهو کراسی هستند که بر موقعیت‌یابی بیرونی و انعطاف‌پذیری زیاد و فردگرایی تأکید می‌ورزند. فضا و محیط کاری چنین سازمان‌هایی پویا، کارآفرین و خلاق است و کارکنانی خطرپذیر، همراه با رهبرانی نوآور و خلاق را ترغیب می‌کند. در سازمان‌های دارای فرهنگ ادهو کراسی تعهد به تجربه‌گرایی و نوآوری موجب همبستگی و انسجام سازمانی می‌شود. در این سازمان‌ها بر حرکت در خط مقدم (پیش‌تاز و پیشگام بودن در نوآوری و خلاقیت) تأکید می‌شود. موفقیت، به معنای منحصر به فرد شدن و ارائه‌ی کالاها یا خدمات جدید است. رهبر تولید یا خدمت خاص شدن در چنین فرهنگ سازمانی مهم است و سازمان بر ابتکار و آزادی عمل فردی تأکید می‌ورزد (کامرون و کوئین، ۲۰۰۶، ۲۰۰۶).

فرهنگ مبتنی بر بازار

با محوریت رقابت، کارایی و بهره‌وری. تمرکز اصلی سازمان‌ها در این نوع فرهنگ بر انجام معاملات با سایر ذینفعان و سهام‌داران برای ایجاد مزیت رقابتی است. رقابت‌پذیری و بهره‌وری در واقع پایه و اساس فرهنگ بازار محور در سازمان را تشکیل می‌دهد. در سازمانی با نوع فرهنگی بازاری برد و باخت همه چیز است و انتظار می‌رود این رقابت برای بردن به سطوح فردی فرهنگ سازمانی رسوخ کند. (ارژنگ یزدی، ۱۳۹۲). سازمانی دارای فرهنگ مبتنی بر بازار است که بر موقعیت‌یابی بیرونی همراه با نیاز به ثبات و کنترل تأکید می‌ورزد. چنین سازمان‌هایی نتیجه‌گرا هستند و توجه اصلی آن‌ها

به اجرای درست کارهاست. کارکنان هدف جویند و با یکدیگر رقابت می‌کنند. رهبران چالش طلب، مولد و محرک‌هایی سخت‌کوش، و افرادی پیگیر و پایدار هستند. آن چیزی که سازمان را با هم متحد و یکپارچه می‌سازد، تأکید بر برنده شدن است. همگان به شهرت و به موفقیت علاقه دارند. در بلندمدت بر اقدامات رقابتی و دستیابی به اهداف و مقاصد کمی تأکید می‌شود. موفقیت برحسب میزان نفوذ در بازار تعیین می‌شود، رهبری بازار و قیمت (هزینه) مهم و حرکت سازمان سخت‌کوشانه و رقابت‌آمیز است (کامرون و کوئین، ۲۰۰۶).

فرهنگ سلسله مراتبی

با محوریت ثبات و حفظ وضع موجود. سازمان‌هایی که تحت سلطه‌ی این فرهنگ قرار دارند، غالباً با ساختار سلسله‌مراتبی رسمی و چندگانه مشخص می‌شوند. رویه‌های استاندارد شده و مشخص بر رفتار کارکنان حکومت می‌کند و هیچ قدرت اختیاری و اگذار شده در کارکنان وجود ندارد یا بسیار اندک است. در این نوع فرهنگ سازمانی تأکید شدیدی بر تقویت قانون و قانون‌مداری وجود دارد و نگرانی‌ها و اولویت‌های طولانی مدت سازمان عبارتند از ثبات و قابلیت پیش‌بینی آینده. فرهنگ سلسله‌مراتبی استفاده از رویه‌های عملیاتی استاندارد و بهترین شیوه عملکرد را پرورش می‌دهد و دارای لایه‌های متعدد عمودی (مقام و منصب) و افقی (واحد‌های کاری) از سیلوهای عملیاتی نسبتاً در انزوا می‌باشد. ساختارها و روابط قدرت به عنوان موانع به اشتراک‌گذاری دانش ضمنی در این سازمان‌ها عمل می‌کنند (ارژنگ یزدی، ۱۳۹۲). سازمانی دارای فرهنگ سلسله‌مراتبی است که بر ثبات و کنترل درونی تأکید می‌ورزد، در آنجا کارها به‌طور کامل رسمی و ساختار یافته‌اند و رویه‌ها به گونه‌ای تعریف شده‌اند که مشخص می‌کنند هر فرد چه کاری باید انجام دهد. حفظ و نگهداری ثبات و حرکت آرام سازمان بسیار حیاتی است. قوانین رسمی و خط‌مشی‌ها عامل انسجام و یکپارچگی سازمان‌اند. توجه بلندمدت سازمان بر حفظ ثبات و عملکرد بالا، همراه با کارایی و عملیات ماندگاری است. موفقیت برحسب تحویل قابل اعتماد کالا و خدمات، برنامه‌ی زمان‌بندی مشخص، و هزینه‌ی کم تعریف می‌شود (کامرون و کوئین، ۲۰۰۶).

بخش دوم: کارآفرینی سازمانی

امروزه بر کسی پوشیده نیست که در دنیای پر تلاطم و متغیر، دوام و توسعه سازمانها در گرو همسو شدن باتحولات سریع، خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌باشد. به تعبیری دیگر، کارآفرینی کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت بشر در عصر مدرنیته، تلقی می‌شود. طی سال‌ها دیدگاه‌های متنوع و تعاریف مختلفی در ارتباط با کارآفرینی ارائه شده است. اما امروزه هیچ تعریف منحصر به فردی نیست که از طرف همگان پذیرفته شده باشد. تعاریف بر طیف وسیعی از فعالیت‌هایی مانند تحمل ابهام، کشف فرصت‌ها، خلق سازمان جدید، تولید ترکیبات جدید و جمع‌آوری عوامل تولید تأکید می‌کنند (بیلفلد^۱، ۲۰۰۸: ۷). اصطلاح کارآفرینی در معنا و مفهوم امروزی آن را اولین بار شومپتر، دانشمند اطریشی الاصل ساکن آمریکا و معروف به پدر علم کارآفرینی، به کار برد. وی معتقد بود که: «کارآفرینی موتور

¹ Bielefeld

محرك اصلی در توسعه اقتصادی کشورهاست و نقش کارآفرین عبارت است از نوآوری و ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد» (شومپتر^۱، ۱۹۳۴).

انواع کارآفرینی

۱. کارآفرین فردی: (Individual Entrepreneurship)

تشخیص اینکه کارآفرینان چه کسانی هستند و باید چه کاری انجام دهند تا کارآفرین نامیده شوند، نقطه ثقل مباحث متعددی بوده است. در حقیقت اکثر افرادی که کارآفرین نامیده می‌شوند، خودشان را شایسته این نام می‌دانند. یک کارآفرین ایالات مرکزی امریکا که در برابر گروهی از کارآفرینان آینده سخن می‌گفت تا آنجا پیش رفت که بیان کرد هیچ چیزی به عنوان کارآفرین وجود ندارد. دلیل این امر ریشه در این تعریف ساده دارد که کارآفرینی مفهومی ساده نیست. کارآفرینی مشکل‌های بسیاری دارد و مشخص کردن این امر که وظیفه یک کارآفرین چیست، واقعاً دشوار است. مخترعان، وکلا، تجار، آموزش دهندگان و پزشکان همه می‌توانند کارآفرین باشند. اگر توجه ما از اینکه کارآفرین چیست به این منتقل شود که کارآفرین چه کاری انجام می‌دهد آنگاه تعریف کارآفرینی روشنتر می‌شود. رونستات فرآیند کارآفرینی را ایجاد ثروت می‌داند. با این تعریف وظیفه شناخت یک کارآفرین به مراتب ساده تر می‌شود. کارآفرین فردی است که یک سازمان مستقل را تاسیس یا اکتساب کرده یا نمایندگی آن را کسب می‌کند. در همین راستا عبارت کلیدی حاصل از این تعریف **سازمان مستقل** است.

دلیل نیز آن است که در این تعریف تمرکز اصلی بر این مسأله است که ثروت چگونه در سیستم اقتصادی سازمان های موجود خلق می‌شود؟

۲. کارآفرین درون سازمانی: (Intrapreneurship)

گیفورد پینکات در کتاب **اشکال کارآفرینی** مفهوم کارآفرینی در سازمان ها را مطرح کرد. در کارآفرینی درون سازمانی کارآفرین به فردی اطلاق می‌شود که در سازمان ها فعالیت می‌کند. لازم است که دو حقیقت مهم درباره کارآفرینی در سازمان ها در این مبحث مورد اشاره قرارگیرد. نخست آنکه فرایند مورد توجه یک کارآفرین سازمانی با فرآیند مورد توجه کارآفرینان مستقل تفاوت دارد. درست است که مفهوم کارآفرینی در سازمان ها گسترده است اما یک کارآفرین مستقل در بازارهای اقتصادی گسترده تر و انعطاف پذیرتر فعالیت می‌کند. این تفاوت برای هر نوع شیوه و شکل کارآفرینی محاسن و معایب خاصی را به دنبال دارد. دوم آنکه کارآفرینی درون سازمانی در سازمانی رخ می‌دهد که مانع از کارآفرینی می‌گردد. به عبارت دیگر بسیاری از سازمانها در ایجاد محیطی برای کارآفرینی ناتوان هستند. کارآفرینان مجبور هستند تا موفقیت را در میان افرادی بیابند که حاضر نیستند به آنها کمک کنند یا واقعاً نمی‌خواهند موفقیت آنان را شاهد باشند. بنابراین کارآفرینان سازمان ها افرادی هستند که اغلب در فعالیتهای کارآفرینی سازمانها و بدون حمایت سازمانشان درگیر هستند. البته این فقدان حمایت موضوع مهمی نیست

¹ Schumpeter

اگر مدیریت بتواند فرآیندها و رفتارهای مناسبی را در یک سازمان ایجاد کند، کارآفرینان سازمان ها می توانند در محیط مناسبی فعالیت کنند. کارآفرین سازمانی را می توان خلق، تقویت، اداره و حمایت کرد.

۳. کارآفرین سازمانی: (Organizational Entrepreneurship)

شومپیتر می گوید: نیازی نیست که کارآفرینی یک کار فیزیکی خاص باشد. هر محیط اجتماعی روش خاص خود را برای کارآفرینی دارد. یک سازمان می تواند محیطی را فراهم آورد که در آن تمام اعضا بتوانند در انجام امور کارآفرینی شرکت کنند. افراد بسیاری که سازمان ها را رها کرده و خودشان سازمان جدیدی تاسیس می کنند، نمایانگر آنند که اکثر سازمان ها قادر نیستند محیطی را برای کارآفرینی خلق کنند. البته برخی افراد فقط برای تاسیس یک سازمان جدید سازمان خود را ترک می کنند و شرایط محیطی داخل سازمان اهمیت چندانی برایشان ندارد؛ اما بسیاری از افراد در صورت وجود حمایت متناسب در سازمان می مانند. سازمانی که چنین محیط داخلی را خلق می کند سازمانی کارآفرین تلقی می شود. البته حضور کارآفرینان در سازمانها منعکس کننده کارآفرین بودن یک سازمان نیست.

فرضیه های تحقیق:

فرضیه های این تحقیق به دو دسته فرضیه های اصلی و فرضیه های فرعی تقسیم می شوند.

الف) فرضیه اصلی:

بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معناداری وجود دارد.

ب) فرضیه های فرعی:

۱. بین فرهنگ طایفه‌ای و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین فرهنگ ویژه سالار و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین فرهنگ مبتنی بر بازار و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معناداری وجود دارد.
۴. بین فرهنگ سلسله مراتبی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش قروه در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب جنسیت رابطه معناداری وجود دارد.
۶. بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب متغیر سابقه کار رابطه معناداری وجود دارد.

۷. بین رابطه بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر در خصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب متغیر مدرک تحصیلی رابطه معنا داری وجود دارد.

روش تحقیق

با توجه به ماهیت پژوهش حاضر که بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر می باشد، روش تحقیق مورد استفاده توصیفی و از نوع همبستگی است. توصیفی زیرا آنچه را که هست توصیف می کند و شامل توصیف، ثبت، تجزیه و تحلیل و تفسیر شرایط موجود است و به این دلیل همبستگی است، چون به بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی می پردازد.

جامعه آماری تحقیق

بنا بر نظر اغلب محققان، جامعه آماری عبارت است از همه اعضای واقعی یا فرضی که علاقه مندیم یافته های پژوهش را به آنها تعمیم دهیم بطوریکه حداقل در یک صفت مورد نظر مشترک باشند (دلاور، ۱۳۸۴). با این توصیف، جامعه آماری مورد مطالعه در پژوهش حاضر را کارکنان ستادی آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر و دیگر مناطق تحت پوشش تشکیل می دهد که بنابر آمار اخذ شده تعداد آنان ۶۸ نفر است.

تعیین حجم نمونه

برای تعیین حجم نمونه، از فرمول زیر استفاده می کنیم. (حسینی، ۱۳۸۲)

$$n = \frac{N[Z \frac{\alpha}{2}]^2 \times p \times q}{(N - 1) \times \varepsilon^2 \times [z \frac{\alpha}{2}]^2 \times p \times q}$$

حجم نمونه با توجه به فرمول، ۶۸ نفر محاسبه شد.

ابزارهای گردآوری داده ها

الف) اطلاعات کتابخانه ای، از جمله مطالعه و بررسی کتب و نشریات داخلی و خارجی و جستجو در پایگاههای اطلاع رسانی (اینترنت) و نیز استفاده از تجارب محققین دیگر به منظور دستیابی به مبانی نظری تحقیق.

ب) استفاده از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده ها، جهت دستیابی به داده های مورد نظر.

در این تحقیق برای جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه شامل پرسشنامه فرهنگ سازمانی و پرسشنامه کارآفرینی سازمانی منابع انسانی استفاده شده است لازم به ذکر می باشد که این دو پرسشنامه استاندارد شده از کتب جلد اول و سوم پژوهشنامه مدیریت تألیف دکتر سیدمحمد مقیمی و دکتر مجید رمضان که حاوی پرسشنامه های استاندارد و جهانی می باشد اقتباس شده است و از طیف پنج گزینه ای لیکرت (کاملاً موافقم، موافقم، نه موافقم نه مخالفم، مخالفم، کاملاً مخالفم) در تدوین پرسشنامه ها استفاده شده است.

نتایج حاصل از بررسی به عمل آمده از فرضیه های تحقیق

سؤال اصلی تحقیق

چه رابطه ای بین مؤلفه های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد؟

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه اصلی مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۰ و ۰,۰۰۳ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه اول: بین فرهنگ طایفه‌ای و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه اول مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۰ و ۰,۰۰۰ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین فرهنگ طایفه‌ای و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین فرهنگ ویژه سالار و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه دوم مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۲ و ۰,۰۰۰ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین فرهنگ ویژه سالار و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین فرهنگ مبتنی بر بازار و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه سوم مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۹ و ۰,۰۰۴ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین فرهنگ مبتنی بر بازار و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین فرهنگ سلسله مراتبی و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه چهارم مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۲ و ۰,۰۱۰ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین فرهنگ سلسله مراتبی و کارآفرینی سازمانی در اداره آموزش و پرورش شهرستان نیکشهر رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر درخصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب جنسیت رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه پنجم مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۴ و ۰,۰۳۰ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر درخصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب جنسیت رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه ششم: بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر درخصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب متغیر سابقه کار رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه ششم مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۴ و ۰,۰۰۹ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر درخصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب متغیر سابقه کار رابطه معنا داری وجود دارد.

فرضیه هفتم: بین رابطه بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر درخصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب متغیر مدرک تحصیلی رابطه معنا داری وجود دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های پیرسون و اسپیرمن فرضیه هفتم مقدار Sig بدست آمده از دو آزمون برابر با ۰,۰۰۲ و ۰,۰۰۵ می باشد که از مقدار ۰,۰۵ کمتر بوده بنابراین بین رابطه بین نظرات کارمندان اداره آموزش و پرورش نیکشهر درخصوص فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی برحسب متغیر مدرک تحصیلی رابطه معنا داری وجود دارد.

پیشنهادات

مدیران فرصت بیشتری برای ارزیابی پیشنهادهای جدید کارمندان فراهم سازند، آن ها را تشویق به مسئولیت پذیری نمایند، تمهیدات لازم را جهت استقلال شخصیتی آنان فراهم ساخته، به استقبال از موقعیت های دشوار کاری تشویق شوند و روحیه خطرپذیری در آنان تقویت گردد.

منابع و مآخذ

- آذر، عادل و مؤمنی، منصور (۱۳۸۵). «آمار و کاربرد آن در مدیریت»، جلد دوم، تهران، انتشارات سمت.
- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۷۷، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین صنعت، رساله دکترا دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۷
- احمدپور داریانی، محمود، ۱۳۸۰، کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، انتشارات پردیس.
- پاپزن، عبدالحمید، توسعه سخت افزار، پول و امکانات و یا مغزافزار کارآفرینی؛ مجموعه مقالات همایش توسعه، ۱۳۸۰.
- سیدحسینی، محمد، ۱۳۸۱، شناسایی عوامل و شاخصهای اولویتدار جهت دستیابی به سازمانهای کارآفرین در کشور، پایان-نامه کارشناسی-ارشد دانشگاه علم و صنعت ایران

۶. شهرکی پور، ح؛ ندری، خ؛ شیرمحمدی، ر. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه لرستان. فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی. شماره چهارم.
۸. شریف زاده، م؛ کاظمی، م. (۱۳۷۷). فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمان. تهران: قدس. آقایی، ج. (۱۳۷۸). سازمانهای کارآفرین. چاپ اول. مدیریت دولتی.
۹. عزیزی، م. (۱۳۸۲). بررسی و مقایسه زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی
10. Ahmed, S. U .(1985). "Risk- Taking Personality, Focus on Control and Entrepreneurship", Personality and individual difference.
11. Burgelman, R. A .(1991). 'Intraorganizational ecology of strategy making and organizational adaptation: Theory and field research', Organization Science.
12. Covin, J.G & Slevin, D.P (1990). Judging entrepreneurial style and organizational structures: how to get your act together, management review.
13. Druker, P. (1985) "The Discipline of Innovation", New York, NY: Harvard Business Review.

The relationship between organizational culture and organizational entrepreneurship (Case study: Nikshahr Educational Organization)

Mohammad Amin Sabkzahi ^{*1}
Nahid Amiri ²

Date of Receipt: 2021/01/15 Date of Issue: 2021/02/22

Abstract

At present, the course of global developments has put entrepreneurs at the forefront of technological development and economic development. The successful experience of most developed countries as well as some developing countries in overcoming economic crises due to the development of entrepreneurship in those countries, has led other countries to pay special attention to entrepreneurship, entrepreneurs and the formation of innovative businesses. Entrepreneurship is related to various factors, and perhaps the most important of these factors is organizational culture. Therefore, the present study examines the relationship between the components of organizational culture and organizational entrepreneurship, which in terms of purpose, is a type of applied research and in terms of method, is a type of descriptive research. For this purpose, two separate questionnaires were used. Likert five-choice spectrum has been used in compiling questionnaires. The statistical population studied in the present study consists of education staff of Nikshahr city and other covered areas, which according to the obtained statistics is 68 people. The results show that there is a significant relationship between the components of organizational culture from the perspective of Cameron and Quinn and organizational entrepreneurship.

Keywords

Culture, organizational culture, organizational entrepreneurship

1. Master of Educational Management, Nikshahr Education Employee. (Responsible author: aminsabok2020@gmail.com).
2. Master of Educational Management, Nikshahr Education Employee.