

نویسنده اول: مهدی رحمدل^۱

استاد راهنما و نویسنده مسئول: دکتر فریدون آزما^۲

استاد مشاور اول: دکتر علیرضا اسفندیاری مقدم^۳

استاد مشاور دوم: دکتر سید محمد رضا حسینی^۴

چکیده

امروزه زنجیره ارزش کارآفرینانه رویکرد اکثر کشورها برای دستیابی به آرمان‌های پایدار توسعه، از طریق نهادینه کردن برنامه‌های جامع توسعه کارآفرینی سازمانی، در سازمان‌ها صورت خواهد پذیرفت. بر این اساس هدف از این پژوهش اعتبارسنجی ابعاد کارآفرینی سازمانی مبتنی بر زنجیره ارزش در شرکت تعاونی‌های تولیدی روستایی استان گلستان (مورد مطالعه: شرکت تعاونی‌های تولیدی مرغداران گوشتی استان گلستان) می‌باشد. روش تحقیق مورد استفاده، از لحاظ میزان و درجه کنترل، میدانی و از لحاظ نحوه جمع‌آوری اطلاعات نیز از نوع تحقیقات توصیفی و از لحاظ زمانی جزو تحقیقات تک‌مقطعی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل اعضای تعاونی‌های فعال مرغداران استان گلستان می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب با کارآفرینی سازمانی بر زنجیره ارزش کارآفرینانه می‌باشد که برحسب فراوانی (تعداد) تعاونی‌ها در استان گلستان می‌باشد. تعداد نمونه آماری ۲۲۰ نفر مشخص گردید. در بخش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه استاندارد آنتونیک و هیسریچ (۲۰۰۱) و اسپچیز و همکاران (۲۰۰۸) استفاده گردیده است. برای تعیین روایی از روش اعتبار محتوایی و اعتبار سازه‌ای استفاده گردید. برای تعیین پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج حاصل از روایی و همچنین بررسی بارعاملی گویه‌ها نشان داد که کلیه متغیرهای پژوهش و مولفه‌های و گویه‌ها مربوطه از روایی مناسب برخوردار می‌باشند. لذا پیشنهاد می‌گردد تعاونی‌ها با در نظر داشتن نتایج این پژوهش، جهت بهره‌وری بیشتر و ماندن در عرصه رقابت راه را برای کارآفرینی سازمانی نیروها هموار سازند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، زنجیره ارزش کارآفرینانه، تعاون، شرکت تعاونی.

^۱ دانشجوی دکتری رشته کارآفرینی گرایش کارآفرینی سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

^۲ دانشیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول Fereydoonazma@gmail.com

^۳ استادیار گروه تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

^۴ دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان

سازمان‌هایی پویا و پایدار بوده که خلاق، نوآور و کارآفرین باشند (هاشمی گلستانی، ۱۳۸۸). از سوی دیگر یکی از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی است که سهم چشمگیری در توفیق و تعالی سازمان‌ها و مخصوصاً تعاونی‌ها دارد. کارآفرینی سازمانی به معنای توسعه شایستگی‌ها و فرصت‌ها در درون سازمان، از طریق ترکیب منابع جدید است که می‌تواند رشد و نوآوری را در یک سازمان سنتی بهبود بخشد. امروزه بسیاری از سازمان‌های بزرگ، کارآفرینی سازمانی را به عنوان روشی برای کسب مزیت‌رقابتی در بلندمدت، استفاده می‌کنند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۰). ضرورت کارآفرینی سازمانی ریشه در ناکارآمدی شیوه‌های سنتی مدیریت، رقابت شدید بین سازمان‌ها و رشد سریع شرکت‌ها دارد (کاظمی میانوردی و همکاران، ۱۳۹۲). اگر سازمان‌ها دارای افراد خلاق و کارآفرین باشند، قابلیت رشد و رقابت با رقبای در این محیط متغیر کنونی پیدا می‌کنند (مهرجویی و همکاران، ۱۳۸۹). کارآفرینی سازمانی از مفاهیم بسیار مهمی است که مزایای آن در سال‌های اخیر برای تعداد زیادی از سازمان‌ها و شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری در زیر بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدماتی کاملاً محسوس شده است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۰).

از سوی دیگر مطالعات نشان می‌دهد که تعاونی‌ها بعد از تأسیس با مشکلاتی روبرو می‌شوند که در بعضی از موارد ممکن است به غیرفعال شدن موقتی و حتی راکد شدن همیشگی آنان ختم گردد. در این راستا نتایج پژوهش‌های انجام شده حاکی از آن است که تعاونی‌ها علی‌رغم رشد کمی، رشد کیفی مطلوبی نداشته‌اند. بدیهی است اگر بخش تعاون بخواند به اهداف مطرح در قانون اساسی دست یابد لازم است به افزایش کیفیت تعاونی، آموزش کارآفرینی، زنجیره ارزش کارآفرینانه و ترکیب اعضای تعاونی‌ها توجه جدی نماید. در واقع زمان آن فرا رسیده است که بخش تعاون تمام تلاش و امکانات خود را معطوف به کیفیت نماید تا کارکرد و توانمندی اصلی خود را که کارآفرینی و مهار بحران بیکاری است، محقق بخشد (شعبان پور، ۱۳۸۶).

در این بین یکی از مشکلات اصلی پیش روی تعاونی‌ها و مخصوصاً تعاونی‌های کشاورزی، دستیابی و توسعه کارآفرینی سازمانی و رفع موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در این تعاونی‌ها می‌باشد. امروزه زنجیره ارزش کارآفرینانه رویکرد اکثر کشورها برای دستیابی به آرمان‌های پایدار توسعه، از طریق نهادینه کردن برنامه‌های جامع توسعه کارآفرینی سازمانی، در سازمان‌ها صورت خواهد پذیرفت. زنجیره ارزش در سازمان‌های کوچک و بزرگ باید شرایطی را فراهم کرد تا همه کارکنان، روحیه کارآفرینی پیدا کرده و بتوانند به راحتی، به طور پیوسته و به صورت فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند. روند نوآوری و ارائه محصولات جدید به قدری سرعت یافته که تغییرات، ابتکارات و بهبود در کارها به امری عادی تبدیل شده است.

بنابراین امروزه نقش نیروی انسانی در توسعه یافتگی کشورها و به خصوص در سازمان‌ها بر کسی پوشیده نیست (یعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۹۲). در بین راهبردهای دستیابی به توسعه، مبحث توسعه کارآفرینی بخش جدایی‌ناپذیر و کلیدی مباحث توسعه اقتصادی در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه می‌باشد (پوراآشتی، ۱۳۸۷). بنابراین هدف از این پژوهش اعتباریابی ابعاد کارآفرینی سازمانی مبتنی بر زنجیره ارزش کارآفرینانه در شرکت تعاونی‌های تولیدی روستایی استان گلستان (مورد مطالعه: شرکت تعاونی‌های تولیدی مرغداران گوشتی استان گلستان) می‌باشد. دلیل انتخاب شرکت‌های تعاونی مرغداران استان گلستان از بین سایر شرکت‌های تعاونی در این پژوهش، به اهمیت و سابقه طولانی آن‌ها بر می‌گردد. از طرفی این بخش از تعاونی‌ها دارای بیشترین ثبات شرکت‌ها و به مراتب بیشترین اعضا هستند؛ از طرف دیگر بیشترین شرکت‌های راكد و غیرفعال نیز در این بخش دیده می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی به عنوان یکی از عوامل اصلی موفقیت سازمان‌ها قلمداد می‌شود، چرا که در بقاء، رشد و عملکرد سازمان‌ها نقش اساسی بازی می‌کند. به عبارت دیگر امروزه نقش کارآفرینی سازمانی در رشد و تعالی بنگاه‌های کوچک و بزرگ به اثبات رسیده است (خدایی، ۱۳۸۸). به هر حال برای حرکت به سوی کارآفرینی سازمانی و تداوم این حرکت برای حفظ مزیت رقابتی سازمان، الزامات و زیرساخت‌های فردی، سازمانی و محیطی کارآفرینی را باید در نظر گرفت.

پینکات در ارتباط با اهمیت کارآفرینی در سازمان‌ها به نکات جالبی اشاره کرده است. وی از کارآفرینی سازمانی به عنوان "رنسانس سازمان‌ها" یاد کرده و معتقد است که سازمان‌های کارآفرین از سازمان‌های سلسله مراتبی، بهتر کنترل می‌شوند؛ چرا که تناسب بهتری بین سیستم و وظایف به وجود می‌آورند. از طرف دیگر، این سازمان‌ها، برای نوآوری نیز بسیار مناسب هستند و منابع فکری خود را نیز به دقت حفظ می‌کنند. بنابراین افراد در سازمان‌های کارآفرین، کیفیت‌های کاری بالاتری دارند (مقیمي و همکاران، ۱۳۹۲).

در ابتدا اعتقاد بر این بود که کارآفرینان، شخصا صاحب و مالک کار خود هستند، اما امروزه معتقدند، افراد کارآفرین می‌توانند در استخدام شرکت‌ها درآیند، از همین جا واژه‌ی کارآفرین سازمانی به وجود آمد. لذا کارآفرینی سازمانی، فرآیندی است که کارآفرین می‌کوشد فعالیت کارآفرینانه‌ای را در سازمانی که معمولاً سنتی و بروکراتیک است به ثمر برساند (احمدپورداریانی و عزیزی، ۱۳۹۲؛

صمدآقایی، ۱۳۸۲). به عبارت دیگر، در عرصه رقابت بین‌المللی، این سازمان‌های کارآفرین هستند که لبه تیز رقابتی آن‌ها، مجهز به انعطاف و راهبرد تغییر مستمر در طرح‌ها، فرایندها و محصولات است و به این ترتیب، پیش‌تاز و پیروز میدانند (Kelley et al., 2015). کوچ^۱ (۲۰۱۴) پا را فراتر می‌گذارد و کارآفرینی سازمانی را به عنوان "سلاح مخفی" در دنیای کسب و کار تعریف می‌کند. و سپر (۱۹۸۰) کارآفرینی را به صورت کارآفرینی داخلی^۲ و کارآفرینی مستقل^۳ تقسیم‌بندی نموده و بیان نمود که کارآفرینان داخلی فعالیت‌های کارآفرینانه را در سازمان‌های بزرگ هدایت می‌نمایند و راه ایجاد و تشکیل واحدهای فرعی سازمانی و مستقل را برای ارائه محصولات و خدمات نوین مهیا می‌کنند (Fox, 2008).

دمیرباگ^۴ و همکاران (۲۰۰۶) کارآفرین سازمانی را فردی تعریف نمود که در سازمان‌های بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نماید و فعالیت وی باعث ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می‌شود که شرکت‌ها را به سوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد.

فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی

فرهنگ سازمانی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها، انتظارات و فرضیه‌هایی است که اعضای یک سازمان را به یکدیگر پیوند می‌دهد (Schein, 2005). امروزه سازمان‌ها می‌توانند با اندکی از افراد خلاق و کارآفرین و با اجرای طرح‌های کارآفرینانه بر رقبای منقطع و نوآور فائق آیند. آن‌ها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینی پیدا کرده و بتوانند به راحتی به طور فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا درآورند (Chrisman, 2006). در سازمان‌هایی که فرهنگ کارآفرینی در آن‌ها حاکم است می‌توان مشاهده کرد که کارکنان از عوامل اصلی موفقیت هستند (حسینی و باددست، ۱۳۹۰). نتایج پژوهش‌های گسترده نشان می‌دهد که رابطه‌ی بسیار نزدیک و تنگاتنگی بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی وجود دارد (کردنائیچ و همکاران، ۱۳۸۸؛ قهرمانی و همکاران، ۱۳۸۹؛ Shihab et al., 2011؛ Kaid and Rosli, 2011).

1 Koch

2 Intemai Entrepreneurship

3 Independent Entrepreneurship

4 Demirbag

بسیاری از صاحب‌نظران بر نقش فرهنگ سازمانی در فعالیت‌ها و فرایندهای کارآفرینی و تاثیرپذیری مثبت شاخص‌های کارآفرینی از فرهنگ سازمانی تاکید دارند و معتقدند که اصول و ارزش‌های برگرفته از فرهنگ سازمانی بر ایجاد جوی برای تلاش بیشتر کارکنان بسیار مفید واقع شده و زمینه‌های لازم به منظور بهبود خلاقیت، نوآوری و ریسک‌پذیری را فراهم می‌کند (Hisrich et al., 2007). فرهنگ سازمانی می‌تواند با فراهم کردن شرایط لازم برای کارکنان، قدرت خلاقیت و نوآوری آنان را بهبود بخشیده و نگرش افراد را در جهت بنیان‌گذاری فعالیت‌های جدید کارآفرینانه توسعه دهد (جفاهی و همکاران، ۱۳۹۰).

تعاونی

واژه تعاونی در شکل فعالیت‌های رسمی و برای مؤسساتی که بر مبنای اصول و قواعد تعاون فعالیت می‌نمایند به کار برده می‌شود این واژه را معمولاً معادل شرکت تعاونی به کار می‌برند واژه مزبور از اواسط قرن نوزدهم و به دنبال ایجاد مؤسسات اقتصادی مبتنی بر اصول تعاون رایج گردید. تعاونی به عنوان یک بنگاه اقتصادی که توسط اعضایی که برای سود متقابل سازماندهی شده است، مدیریت می‌شود و در زمینه‌های تولید، توزیع و یا تامین خدمات فعالیت می‌کند" تعریف می‌شود (Marcuse, 2015).

موانع و چالش‌هایی که پیش روی تعاونی‌ها می‌باشد؛ با تاکید بر کارآفرینی سازمانی

فقدان فرهنگ سازمانی کافی در تثبیت اندیشه تعاونی، نارسایی در عادات، مشارکت‌ناپذیری، مسئولیت‌ناپذیری و قانون‌ناپذیری، عدم همکاری جدی بخش دولتی با بخش تعاونی و تکیه مسئولان بر شعارهای آرمانی بدون فراهم ساختن ابزارها و زمینه‌های عملیاتی دشواری‌های قانونی و شفاف نبودن برخی مقررات مربوط به بخش‌های خصوصی، تعاونی و دولتی در اقتصاد کشور دشواری‌های ناشی از کمبود اعتبارات و فقدان آگاهی کافی از ابعاد گوناگون مقوله تعاون در پرسنل وزارت تعاون و مدیران آنان، گزینش عوامل و چالش‌های مدیریتی غیرکارشناسی و نوعاً سلیقه‌ای مدیران، فقدان انضباط کافی در مدیریت کلان برای سازمان‌دهی و بهره‌برداری از پتانسیل‌های حقوقی، اقتصادی و اجتماعی، فقدان نظارت و کنترل و نبود ساز و کارهای مناسب برای حل و فصل معضلات اجتماعی، فقدان هماهنگی مدیریت کلان با نهادهای مرتبط با مقوله تعاونی، ناتوانی مدیران برای طراحی الگوی استراتژیک در توسعه و پیشبرد تحرکات تعاونی‌ها، عدم وجود رشته‌های تخصصی کافی برای آموزش متخصصان امر تعاون در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و پژوهشی، عدم

تدوین سیاست‌های کلان برای بخش تعاون، تبدیل نشدن واحدهای کوچک تعاونی به قطب‌های اقتصادی و اجرای سیاست‌های مقطعی برای توسعه اشتغال از دیگر موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در تعاونی‌ها می‌باشند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ به نقل از سیدموسوی و غلامرضایی، ۱۳۹۰).

جدول ۱: خلاصه تحقیق‌های انجام شده داخلی و خارجی

ردیف	پژوهشگر	سال	عنوان پژوهش	نتایج
۱	منصوری	۱۳۹۴	بررسی مدل‌های زنجیره ارزش در صنعت آموزش الکترونیکی و ارائه مدل بهینه	بر اساس نتایج حاصل از این نظر سنجی، مدل زنجیره ارزش بهینه و کاربردی برای استفاده در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی متقاضی ورود به عرصه آموزش الکترونیکی ارائه شده است.
۲	دهقان و همکاران	۱۳۹۱	عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی	عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه‌ای دارای بیشترین ارتباط مستقیم با کارآفرینی سازمانی می‌باشند
۳	حسین‌پور و زارعی‌وش	۱۳۸۹	الگوی کارآفرینی سازمانی در اداره کل تعاون استان تهران	عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی شامل وجود فرهنگ سازمانی اثربخش، ایجاد ساختارهای پویا، بهبود مهارت‌های کارآفرینی اعضا
۴	نکویی نائینی و همکاران	۱۳۸۸	واکاوای عوامل مؤثر بر موفقیت تعاونی‌های روستایی	انگیزه عضویت، مشارکت اعضا، سرمایه مدیران و اعضا، سازمان‌های دولتی (بانک کشاورزی، سایر بانک‌ها، جهاد کشاورزی و اداره بازرگانی) و سازمان‌های غیردولتی (اتحادیه شرکت‌های تعاونی دهداری‌ها و بخشداری‌ها)، عملکرد سازمان تعاون روستایی (در ابعاد کنترل، نظارت و آموزش) نقش مهمی در موفقیت تعاونی‌ها داشته‌اند.
۵	طالب‌پور و همکاران	۱۳۸۸	ارائه مدل رگرسیونی جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های تربیت بدنی	عوامل درونی سازمانی که مدیریت بر روی آنها کنترل دارد و به رفتار کارآفرینانه کمک می‌کنند عبارتند از: حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش تقویت، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی، ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، نظام کنترل و نظارت،

ردیف	پژوهشگر	سال	عنوان پژوهش	نتایج
				وضعیت انگیزش، نظام ارتباطات، نظام پرداخت حقوق و دستمزد و غیره
۶	عباسی و همکاران	۱۳۸۸	سازه‌های تأثیرگذار بر موفقیت و عدم موفقیت تعاونی‌های تولیدی	تولیدی بر اساس مدل در چهار بخش نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، به منظور کسب فرصت‌های مناسب به منظور از بین بردن تهدیدها، پیشنهاد شده است.
۷	آلوازی و همکاران	۲۰۱۱	شرایط محیطی و فعالیت کارآفرینانه	عوامل رسمی (مثل حق مالکیت فکری) و عوامل غیررسمی (هنجارهای فرهنگی و اجتماعی، درک فرصت‌های راه‌اندازی کسب‌وکار و تصور اجتماعی کارآفرینان) بر کارآفرینی اثر می‌گذارند، اما متغیرهای غیررسمی تعیین‌کننده‌تر هستند.
۸	شاوری و اسکات	۲۰۱۱	شایستگی مدیریتی، حمایت و رهبری مؤثر تعاونی‌ها	با اهمیت در تعیین موفقیت تعاونی‌های فعال، رهبری مؤثر دارای بیشترین اهمیت، متعاقب آن شایستگی مدیریتی و سرانجام فاکتور حمایت، به‌عنوان سومین فاکتور دارای اهمیت تعیین شدند.
۹	هینون	۲۰۰۳	کارآفرینی در سازمان‌های دولتی	وجود روش‌های سنتی کنترل نظیر گزارش‌های ماهانه و سالانه، حسابرسی بودجه‌های مصرفی و عدم توجه به عملکرد باعث می‌شود تا کارکنان امکان انجام فعالیت‌های کارآفرینانه را به دست نیاورند، چرا که این فعالیت‌ها با روح کارآفرینی در تضاد است وی رشد و سودآوری سازمان، رضایت مشتری و ارباب رجوع سازمان را از ابعاد اصلی نتایج کارآفرینی مورد توجه قرار داده است
۱۰	برونیس و همکارانش	۱۹۹۷	ارزش زنجیره	عواملی چون کیفیت مدیریت، رابطه با مشتریان، علاقه‌مندی اعضا، میزان اعتماد اعضا، حفظ اعضا، تصدیگری و رهبری هیئت مدیره را نیز در ارزش زنجیره کارآفرینانه مؤثر دانسته‌اند.

روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش، از لحاظ میزان و درجه کنترل، میدانی و از لحاظ نحوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات نیز از نوع تحقیقات توصیفی و از لحاظ زمانی جزو تحقیقات تک‌مقطعی می‌باشد. جامعه آماری شامل اعضای تعاونی‌های فعال مرغداران استان گلستان می‌باشد. روش

نمونه‌گیری، نمونه‌گیری طبقه‌بندی متناسب با کارآفرینی سازمانی بر زنجیره ارزش کارآفرینانه می‌باشد که برحسب فراوانی (تعداد) تعاونی‌ها در استان گلستان می‌باشد. جهت برآورد حجم نمونه (آزمودنی‌ها) از فرمول کوکران استفاده گردیده است. تعداد نمونه آماری از طریق فرمول کوکران به تعداد ۲۱۴ نفر محاسبه گردید که جهت کاهش خطا و افزایش دقت حجم نمونه را به ۲۲۰ نفر ارتقاء داده شد. در پژوهش حاضر، از مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای که به منظور شناسایی منابع علمی مربوط و همچنین گردآوری اطلاعات و یافته‌های نظری و پژوهشی به کار خواهد رفت. در این زمینه از پایان‌نامه‌ها، رساله‌های محققان، گزارش‌های دولتی، نشریات، مجلات، روزنامه‌ها، مقالات اینترنتی، آمارنامه‌ها، اسناد دولتی و سایر منابع استفاده گردیده است. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها و اندازه‌گیری متغیرها، پرسشنامه بوده است. لازم به ذکر است در بخش کارآفرینی سازمانی از پرسشنامه استاندارد آتونیک و هیسریچ (۲۰۰۱) و اسپچیرز و همکاران (۲۰۰۸) استفاده گردیده است.

برای تعیین روایی از روش اعتبار محتوایی و اعتبار سازه‌ای استفاده گردید. از آن‌جا که اعتبار محتوایی بستگی به قضاوت و نظر افراد متخصص و کارشناس در موضوع مورد مطالعه می‌باشد، بنابراین جهت تعیین اعتبار و انجام اصلاحات لازم، فرم اولیه پرسشنامه طراحی و در اختیار استاد راهنما قرار گرفت و پس از جمع‌بندی نقطه نظرات، نسبت به تنظیم پرسشنامه نهایی اقدام گردید. به منظور تعیین اعتبار سازه‌ای پرسشنامه بارهای عاملی محاسبه گردید. برای تعیین پایایی یا اعتماد نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای این منظور تعداد ۳۰ عدد از پرسشنامه‌های تهیه شده به وسیله یک آزمون مقدماتی^۵ توسط بخشی از جامعه مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفته و تکمیل گردید. سپس با استفاده از نرم افزار SPSS20 ضریب آلفای کرونباخ، برای مولفه‌ها و گویه‌های مختلف پرسشنامه محاسبه شد.

یافته‌ها

جهت سنجش روایی سازه‌ها از تحلیل عاملی استفاده شد. در انجام تحلیل عاملی، نخست باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد. به عبارت دیگر، آیا تعداد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. اگر سطح معنی‌داری در آزمون بارتلت کوچکتر از ۵ درصد باشد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب است، زیرا فرض شناخته شده بودن

⁵ Pilot Test

ماتریس همبستگی رد می‌شود. بعد از مناسب تشخیص داده شدن مقدار شاخص KMO و معنادار شدن آزمون بارتلت، به بارهای عاملی مراجعه می‌شود در صورتی که بار عاملی برای یک گویه کمتر از ۰/۵ باشد باید گویه مورد نظر از تجزیه و تحلیل حذف شود.

جدول ۲: نتایج بررسی روایی متغیرها

متغیرها	مولفه	KMO	کای اسکوتر	درجه آزادی	آزمون بارتلت
وضعیت تعاونی‌ها و کارآفرینی در آن	عوامل فردی	۰/۹۶۲	۱۵۱۴/۵۳۰	۴۵	۰/۰۰۰
	عوامل روحیه	۰/۹۶۰	۱۳۹۲/۸۷۴	۳۶	۰/۰۰۰
	عوامل آموزشی	۰/۹۱۴	۸۲۲/۴۳۰	۱۵	۰/۰۰۰
	عوامل فناوری	۰/۸۱۲	۳۲۳/۹۸۱	۶	۰/۰۰۰
	عوامل محیطی	۰/۹۵۹	۱۳۷۵/۹۵۰	۳۶	۰/۰۰۰
	عوامل اقتصادی،	۰/۹۶۳	۱۵۷۰/۸۷۳	۵۵	۰/۰۰۰
فعالیت‌های اولیه	لجستیک ورودی	۰/۸۶۲	۴۵۰/۱۴۸	۱۰	۰/۰۰۰
	عملیات	۰/۹۰۴	۷۴۶/۲۹۱	۱۵	۰/۰۰۰
	لجستیک خروجی	۰/۷۹۳	۳۷۸/۳۳۳	۶	۰/۰۰۰
	بازاریابی و فروش	۰/۸۲۹	۴۰۱/۸۵۸	۶	۰/۰۰۰
	خدمات پس از	۰/۷۰۵	۱۹۰/۸۴۷	۳	۰/۰۰۰
فعالیت‌های پشتیبانی	زیرساخت	۰/۹۳۱	۸۵۸/۵۲۳	۲۳	۰/۰۰۰
	مدیریت منابع	۰/۹۴۹	۱۱۵۰/۲۴۳	۲۸	۰/۰۰۰
	توسعه فناوری	۰/۸۲۸	۳۹۰/۳۹۹	۶	۰/۰۰۰
	تامین منابع	۰/۹۲۰	۷۸۵/۴۱۱	۱۵	۰/۰۰۰

همان‌طوری که در جدول ۲ مشاهده می‌شود نتایج آزمون بارتلت و KMO به عنوان شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری نشان می‌دهد، که مقادیر هر دو شاخص در سطح مطلوبی می‌باشند. مقدار معیار KMO برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵ و مقدار معناداری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. پس از حصول اطمینان از مناسب بودن حجم نمونه، بارهای عاملی گویه‌ها مورد بررسی قرار گرفته که گویه‌هایی که مقدار بار عاملی‌شان کمتر از ۰/۵ باشد باید از تحلیل کنار گذاشته شوند زیرا این گویه‌ها با سایر گویه‌ها سازگاری نداشته و تبیین‌کننده مناسبی برای آن بُعد نمی‌باشد؛ با توجه به

بررسی بارهای عاملی مشاهده گردید که کوچکترین بار عاملی برای گویه‌ها ۰,۶۷۸ و بالاترین آن ۰,۸۵۶ بوده است که با توجه به بیشتر بودن تمامی بارهای عاملی از عدد ۰/۵، گویه‌ها از روایی مناسبی برخوردار بودند.

برای اندازه‌گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ می‌توان استفاده نمود. پس از جمع آوری داده‌ها، ضریب پایایی متغیرهای تحقیق محاسبه گردید، نتایج در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: ضرایب آلفای کرونباخ

نام متغیر	نام مولفه	آلفای کرونباخ مولفه‌ها	آلفای کرونباخ
وضعیت تعاونی‌ها و کارآفرینی در آن	عوامل فردی	۰/۹۴۲	۰/۹۵۹
	عوامل روحیه کارآفرینی	۰/۹۰۱	
	عوامل آموزشی	۰/۹۱۶	
	عوامل فناوری	۰/۸۳۶	
	عوامل محیطی	۰/۹۴۰	
	عوامل اقتصادی، عمومی	۰/۹۲۱	
فعالیت‌های اولیه	لجستیک ورودی	۰/۸۶۰	۰/۹۲۱
	عملیات	۰/۹۰۵	
	لجستیک خروجی	۰/۸۵۳	
	بازاریابی و فروش	۰/۸۶۶	
	خدمات پس از فروش	۰/۷۸۹	
فعالیت‌های پشتیبانی	زیرساخت	۰/۹۱۱	۰/۹۴۴
	مدیریت منابع انسانی	۰/۹۳۱	
	توسعه فناوری	۰/۸۶۱	
	تامین منابع	۰/۹۱۲	

نتیجه گیری

هدف از این پژوهش اعتباریابی ابعاد کارآفرینی سازمانی مبتنی بر زنجیره ارزش کارآفرینانه در شرکت تعاونی‌های تولیدی روستایی استان گلستان (مورد مطالعه: شرکت تعاونی‌های تولیدی مرغداران گوشتی استان گلستان) می‌باشد. جهت سنجش روایی سازه‌ها از تحلیل عاملی استفاده گردید. در انجام تحلیل عاملی، نخست باید از این مسأله اطمینان حاصل شود که می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد. به عبارت دیگر، آیا تعداد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ به این منظور از شاخص **KMO** و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. شاخص **KMO** شاخصی از کفایت نمونه‌گیری است. این شاخص در دامنه صفر تا یک قرار دارد. اگر مقدار شاخص نزدیک به یک باشد، داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند و در غیر این صورت (معمولاً کمتر از ۰/۵) نتایج تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر چندان مناسب نمی‌باشند. اگر سطح معنی‌داری در آزمون بارتلت کوچکتر از ۵ درصد باشد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مناسب است، زیرا فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود. بعد از مناسب تشخیص داده شدن مقدار شاخص **KMO** و معنادار شدن آزمون بارتلت، به بارهای عاملی مراجعه می‌شود در صورتی که مقدار بار عاملی برای یک گویه کمتر از ۰/۵ باشد باید گویه مورد نظر از تجزیه و تحلیل حذف شود.

برونداد بررسی روایی گویه‌های مربوط به وضعیت تعاونی‌ها و کارآفرینی، مقدار شاخص **KMO** برای مولفه‌ها تحقیق بالاتر از ۰/۵ بوده و قابل قبول می‌باشد و از طرف دیگر نیز آزمون بارتلت برای تحلیل عاملی تمام متغیرها معنادار بوده و لذا می‌توان گفت که نمونه از کفایت مناسب برخوردار است.

همچنین بار عاملی برای وضعیت تعاونی‌ها و کارآفرینی در آن نیز محاسبه گردید. نتایج آزمون بارتلت و **KMO** به عنوان شاخص‌های کفایت نمونه‌گیری نشان می‌دهد، که مقادیر هر دو شاخص در سطح مطلوبی می‌باشند. مقدار معیار **KMO** برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵ و مقدار معناداری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. پس از حصول اطمینان از مناسب بودن حجم نمونه، بارهای عاملی گویه‌ها مورد بررسی قرار گرفته که گویه‌هایی که مقدار بار عاملی‌شان کمتر از ۰/۵ باشد باید از تحلیل کنار گذاشته شوند زیرا این گویه‌ها با سایر گویه‌ها سازگاری نداشته و تبیین‌کننده مناسبی برای آن بُعد نمی‌باشد؛ کلیه گویه‌ها دارای بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵ بوده و در نتیجه گویه‌ها از روایی مناسبی برخوردار بودند.

برونداد بررسی روایی گویه‌های مربوط به فعالیت‌های اولیه، مقدار شاخص **KMO** برای تمامی متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۵ بوده و قابل قبول می‌باشد و از طرف دیگر نیز آزمون بارتلت برای

تحلیل عاملی تمام متغیرها معنادار بوده و لذا می‌توان گفت که نمونه از کفایت مناسب برخوردار است. همچنین بار عاملی برای گویه‌های مربوط به فعالیت‌های اولیه نیز محاسبه گردید. تمامی گویه‌ها دارای بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵ بوده و در نتیجه گویه‌ها از روایی مناسبی برخوردار بودند. بنابراین این هیچ یک از گویه‌های مربوط به فعالیت‌های اولیه حذف نمی‌گردند.

برونداد بررسی روایی گویه‌های مربوط به فعالیت‌های پشتیبانی، مقدار شاخص KMO برای تمامی متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰/۵ بوده و قابل قبول می‌باشد و از طرف دیگر نیز آزمون بارتلت برای تحلیل عاملی تمام متغیرها معنادار بوده و لذا می‌توان گفت که نمونه از کفایت مناسب برخوردار است. همچنین بار عاملی برای گویه‌های مربوط به فعالیت‌های پشتیبانی نیز محاسبه گردید. تمامی گویه‌ها دارای بارهای عاملی بیشتر از ۰/۵ بوده و در نتیجه گویه‌ها از روایی مناسبی برخوردار بودند. بنابراین هیچ یک از گویه‌های مربوط به فعالیت‌های پشتیبانی حذف نمی‌گردند.

برای اندازه‌گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ می‌توان استفاده شد. اندازه‌ی این ضریب معمولاً بین صفر و یک تغییر می‌کند. ضریب صفر معرف عدم پایایی و ضریب یک معرف پایایی کامل است. اعتبار کمتر از ۰/۶ معمولاً ضعیف محسوب می‌شود، دامنه ۰/۷ قابل قبول و بیش از ۰/۸ خوب تلقی می‌شود. البته هر چه نزدیک‌تر شدن ضریب اعتبار به عدد یک بهتر است. پس از جمع‌آوری داده‌ها، ضریب پایایی متغیرهای تحقیق محاسبه گردید. نتایج حاصل از پایایی (آلفای کرونباخ) نشان از پایا بودن پرسشنامه‌ها می‌باشد.

منابع

- احمد پوردریانی، محمود و عزیزی، سید محمد (۱۳۹۲). کارآفرینی، انتشارات محراب قلم.
- پورآتشی، مهتاب (۱۳۸۷). شناخت شناسی تعاون و کارآفرینی. مجله تعاون، شماره ۱۵: ۲۰۱-۲۰۲.
- جفاهی، منیر؛ رجایی، زهرا و توسلی، نیاز (۱۳۹۰). بررسی و تعهد سازمانی در کارآفرینی سازمانی در دانشگاه آزاد. مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی کارآفرینی، تعاون، جهاد اقتصادی، نابین، ۲۸ و ۲۹: ۱۶-۱.
- حسین‌پور، داوود و زارعی‌وش، فاطمه (۱۳۸۹). الگوی کارآفرینی سازمانی مطالعه موردی: اداره کل تعاون استان تهران. مجله تعاون، سال بیست و یکم، دوره جدید، شماره ۴: ۱۷۱-۱۹۴.
- خدایی، ه. (۱۳۸۸). کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی شرکتی. دانشنامه کارآفرینی، انتشارات بنیاد دانشنامه نگاری ایران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی. تهران
- دهقان، رضا؛ طالبی، کامبیز و عربیون، ابوالقاسم (۱۳۹۱). پژوهشی پیرامون عوامل موثر برنوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران؛ دوره ششم، شماره یکم، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۱: ۲۲-۳۳.
- رضایی میرقاند، محسن و مبینی‌دهکردی، علی (۱۳۸۵). ایران آینده در افق چشم‌انداز. چاپ اول، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- طالب پور، مهدی؛ معرفتی، اکبر و غلامیان، جواد (۱۳۸۸). ارائه مدل رگرسیونی جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده‌های تربیت بدنی ایران. پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۲: ۹۱-۱۱۶.
- شعبان پور، غلامرضا (۱۳۸۶). بخش تعاون ایران اشتغال و کارآفرینی. فصلنامه رویش ۱۳: ۱۹.
- قهرمانی، محمد؛ پرداخت‌چی، محمد حسن و حسین‌زاده، طاهر (۱۳۸۹). فرهنگ سازمانی و رابطه آن با کارآفرینی سازمانی. نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱: ۲۵-۳۹.
- محمدکاظمی، رضا؛ قاسمی، حمید. و رستم‌بخش، محمدرضا (۱۳۹۰). شناسایی و تحلیل موانع رفتاری کارآفرینی سازمانی در سازمان تربیت بدنی (وزارت ورزش کشور). مجله پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکتی، سال اول شماره ۲: ۸۹-۱۰۰.
- کاظمی‌میانوردی، فاطمه و امیدوی نجف‌آبادی، مریم (۱۳۹۲). عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌های استان مازندران از دیدگاه اعضا. نشریه پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، دوره ۶، شماره ۱: ۵۹-۷۰.
- کردناثیج، اسدالله؛ اکبری، حسن و رضاییان، علی (۱۳۸۶). بررسی موانع کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه، شرکت صنعت چوب شمال. فصلنامه مدرس علوم انسانی، ویژه نامه مدیریت، پاییز ۱۳۸۶: ۱۴۲-۱۵۹.
- مقیمی، سید محمد؛ وکیلی، یوسف و اکبری، مرتضی (۱۳۹۲). نظریه‌های کارآفرینی. چاپ دوم، انتشارات: دانشگاه تهران.
- نکویی‌نائینی، علی (۱۳۸۵). واکاوی عوامل موثر بر موفقیت تعاونی روستایی شهرستان کرمانشاه. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی.
- هاشمی گلستانی، سید مهدی (۱۳۸۸). مبانی علم کارآفرینی (دانش مهندسی کارآفرینی). چاپ دوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد صنعتی اصفهان.
- یعقوبی فرانی، احمد؛ سلیمانی، عطیه؛ موحدی، رضا و اسکندری، فرزاد (۱۳۹۲). تاثیر عوامل آموزشی و نهادی بر کارآفرینی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان همدان). فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۶، شماره ۲: ۱۳۴-۱۱۵.
- Alvarez, C., Urbano, D., Coduras, A. & Ruiz-Navarro, J. (2011). Environmental conditions & Entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain. *Journal of Small & Enterprise Development*, 18(1): 120-140.
- Borins, S. (2001). *The Challenge of Innovating in Government*. Arlington, VA: Pricewaterhouse Coopers Endowment for the Business of Government: 31.
- Chrisman, J. (2006). *Entrepreneurship*. In Michael Hitt & Duane Ireland, *Entrepreneurship*, Victoria: Blackwell Publishing: 120 - 122.
- Demirbag, M., Koh, S. C. L., Tatoglu, E. & Zaim, S. (2006). TQM and market orientation's impact on SMEs' performance, *Industrial Management & Data Systems*, 106 (8): 12-28.
- Fox, J. M. (2008). *Organizational Entrepreneurship and the Organizational Performance Linkage in University Extension*. *USASBE 2008 Proceedings*: 429.
- Heinonen, j., & Korvela, k. (2003). *How about measuring intrapreerurship?* 33rd Entrepreneurship, Innovation and Small Business Conference, Milan, Italy, 10-12 September.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J. & Grant, S. (2007). *Entrepreneurship research and practice: A call to action for psychology*. *Journal of American Psychologist*, 62 (6): 575- 589.

- Kaid, A. & Rosli, M. (2011). *How does organizational culture shape the relationship between entrepreneurial orientation and the organizational performance of banks?* *European Journal of Social Sciences*, 20 (1):28- 46.
- Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2012). *The global entrepreneurship monitor:2011 global report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), United States: 1- 39.
- Koch, C. (2014). *Rise of the intrapreneur*. Director Magazine. Available at: <http://www.director.co.uk/the-rise-of-the-intrapreneur/#respond>
- Schein, E. H. (2005). *Organizational culture and leadership* (3rd Ed). JosseyBoss Press: 382.
- Shihab, M., Wismiarsi, T. & Sine, K. (2011). *Relationship between organizational culture and entrepreneurial orientation: Indonesian SMEs context*. *Proceeding of 2nd International Conference on Business, Economics and Tourism Management, IPEDR*, 24: 93-97.