

رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان شمالی

فریدون آزما^۱
جواد آقایی^۲

چکیده

در سازمان‌های نوین استقرار تفکر کارآفرینی و استفاده از آن امری اجتناب‌ناپذیر است. و بینش و توانایی مؤسسان است که عامل تولد و مرگ سازمان‌هاست. پرورش و تقویت روحیه کارآفرینی در سازمان مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب است و یکی از بسترهای لازم ساختار و تشکیلات سازمانی مناسب می‌باشد. بنابراین تحقیق حاضر با هدف مشخص کردن و شناسایی ابعادی از ساختار سازمانی که می‌توانند با کارآفرینی سازمانی رابطه داشته باشند انجام گرفته است. پژوهش حاضر از نظر روش، توصیفی - پیمایشی از انواع همبستگی بوده و نیز از لحاظ ماهیت مسأله و هدف تحقیق کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری در این پژوهش شامل ۱۹۳ نفر از کارکنان و کارشناسان دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشد که تعداد ۱۳۰ نفر از آنها به وسیله فرمول‌های آماری به عنوان نمونه انتخاب شده و پرسشنامه بین آنها توزیع گردید تا فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گیرد. در نهایت فرضیات مورد تأیید قرار گرفت و نتایج پژوهش حاکی از این بود که پیچیدگی و رسمیت و تمرکز با کارآفرینی سازمانی رابطه معکوس (منفی) دارند. و در بین سه متغیر تمرکز بیشترین ارتباط و پیچیدگی کمترین ارتباط را با کارآفرینی سازمانی دارد.

کلید واژه‌ها: ساختار سازمانی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، کارآفرین سازمانی.

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.

^۲ دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول.

مقدمه

فرآیند تغییر زندگی بشر از دوران غارنشینی تاکنون تحت تأثیر عامل تغییر بوده است. در میان این عوامل تغییر به عامل انسانی توجه خاصی شده است. کارآفرینان نقش برتر و برجسته‌ای را در عامل انسانی ایفا می‌کنند. و از جایگاه والایی برخوردارند. مدیریت و مجموعه تحت نظارت آن، دو رکن اساسی و به هم پیوسته نظام محسوب می‌گردند. مجموعه تحت نظارت در هر اندازه و با هر فعالیتی، سازمان نامیده می‌شود. از اهداف عامی که مدیریت در سازمان دنبال می‌کند، می‌توان به رشد، بقاء، نوآوری، کیفیت زندگی، بهره‌وری و کارآفرینی اشاره کرد. بدون شک رسیدن به این اهداف، انعطاف‌پذیری، تطابق با تحولات و در نهایت اجرای برنامه‌هایی که شرایط و مقتضیات زمان و مکان را طلب می‌کند، ضروری است. این امر محقق نمی‌شود مگر آن که تحولی در ابعاد ساختارهای سازمانی صورت پذیرد. شناخت و بررسی موانع ساختاری، سرآغاز هر گونه بهره‌گیری از منابع و منافع سازمانی، توانمند شدن سازمان جهت شناسایی فرصت‌ها، ارائه ترکیب‌های جدید از منابع موجود و در نهایت پایه‌ریزی برای کارآفرینی سازمانی می‌باشد. مدیران با تجزیه و تحلیل محیط بیرونی و شرایط درون سازمان می‌توانند حوزه و قلمرو تصمیمات و برنامه‌های سازمانی خود را تعیین کنند و زمینه ایجاد سازمان کارآفرین را فراهم نمایند. لذا در این مقوله شناسایی تأثیراتی که ساختار سازمانی در ایجاد فضای کارآفرینی می‌تواند داشته باشد از مسائل مهمی است که در کشور ما باید به آن پرداخته شود تا زمینه‌های مساعد برای کارآفرینی سازمانی در سازمان‌ها به وجود آید. لذا شناسایی ابعاد ساختاری مناسب برای کارآفرینی سازمانی می‌تواند در راستای تحقق اهداف مورد نظر باشد.

تغییرات و دگرگونی نظام‌های اجتماعی-اقتصادی عصر حاضر، ریشه در پیشرفت و تغییرات به وجود آمده در علم و تکنولوژی دارد. که این به نوبه خود

منجر به تغییر علایق و ذائقه‌ها گردیده است. بدون تردید سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی روبرو هستند. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقا سازمان‌ها نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات می‌باشد که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فرآیندها و روش‌های جدید بستگی زیادی دارد. (احمد پورداریانی، ۱۳۷۸، ص ۱)

مسائل امروز سازمان‌ها با راه‌حل‌های دیروز حل شدنی نیست و پیش بینی آینده، مشکلات آتی را حل نمی‌کند، بلکه باید برای پیش‌سازی آینده اقدام کرد. امروزه شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی بیرحم، پیچیده، پویا و نامطمئن شده است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند تنها با تغییرات روبنایی مثل تغییر روش‌ها، سیستم‌ها، ساختار، تکنولوژی و ... حیات و بقای بلند مدت خود را تضمین کنند. سیستم پیشنهادات نمی‌تواند افراد را خلاق کند، نمی‌تواند قالب‌های غلط ذهنی آنها را مورد شناسایی قرار داده و اصلاح کند. کار گروهی افرادی که مدل‌های ذهنی غلط و توسعه نیافته دارند کار گروهی نیست بلکه گروه کاری است. لذا سازمان‌های امروزه باید انقلابی در انزهان مدیران و کارکنان خود به وجود آورند تا اساساً مفهوم سازمان، کار، کیفیت، رقابت، سود و ... در نظر آنها دگرگون شود. از این رو مدیریت مدل‌های ذهنی مطرح و مورد توجه قرار گرفته، به طوری که وظیفه اصلی مدیر را شناسایی و اصلاح مدل‌های ذهنی غلط کارکنان دانسته است. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۱)

برای رسیدن به این هدف مدیران باید به نقش‌هایی روی آورند که متناسب با شرایط متحول محیطی باشد. به طور کلی مدیران به عنوان مهمترین عامل در سازمان‌های صنعتی، چهار نقش عمده را ایفا می‌کنند. که عبارتند از نقش تولیدی، نقش اداری یا بوروکراتیک، نقش کارآفرین و نقش یکپارچه کننده، که در این میان از کارآفرین به عنوان موتور توسعه اقتصادی یاد می‌شود، در واقع کارآفرینان عامل اصلی ایجاد خلاقیت و نوآوری می‌باشند. کارآفرینان کسانی هستند که

ابطه بین سافت‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی... .

فرصت‌ها را در دل بی‌نظمی و هرج و مرج تشخیص می‌دهند، آن‌ها کاتالیزورهای جسوری برای ایجاد تغییر در بازار هستند، با ورزشکاران قابل مقایسه‌اند که در المپیک برای شکستن رکوردهای جدید مبارزه می‌کنند. کارآفرینان قهرمانان بازار امروزند چون در هر زمینه و گرایشی خود را وفق می‌دهند. آن‌ها با سرعتی نفس‌گیر شرکت‌ها را تأسیس کرده و فرصت شغلی ایجاد می‌کنند. کارآفرینی سازمانی نیز فرآیندی است که برای بقاء باید تشویق، تمجید، مورد حمایت و تقدیر قرار گیرد که از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصولات، خدمات و فرآیندها می‌انجامد. و در خصوص ضرورت انجام این پژوهش می‌توان به این مسأله اشاره کرد که امروزه بسیاری از شرکت‌ها به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده‌اند در واقع این گونه تغییر در استراتژی در پاسخ به سه نیازی است که بر سازمان‌ها تحمیل گردیده است:

- افزایش سریع رقبای جدید

- ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی در سازمان‌ها

- خروج بهترین نیروهای کار از سازمان‌ها و اقدام آن‌ها به کارآفرینی مستقل

پیشرفت سریع دانش و فن‌آوری حضور اثربخش بازارهای سرمایه و آشنایی بیش از پیش مدیران با پدیده کارآفرینی سبب گردیده تا گرایش به کارآفرینی در استراتژی شرکت‌ها شدیداً مورد تأکید قرارگیرد. (احمد پور داریانی، ۱۳۷۸، ص ۱۳۴).

بنابراین در دنیای امروزی تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر است. همان‌طور که تولد و مرگ سازمان‌ها به بینش، بصیرت و توانایی‌های مؤسسان آنها وابسته است. اگر برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و کارکنان سازمان کارآفرین باشند، فرصت‌های اقتصادی را بهتر درک کرده و قادرند از منابع موجود به منظور نوآوری استفاده بیشتری نمایند و در نتیجه سریعتر رشد کرده و در صحنه رقابت دوام آورند. از آنجایی که خلاقیت و

نوآوری و توان کشف فرصت‌های جدید بازار از بارزترین ویژگی‌های کارآفرینان است و اصولاً خصوصیات روانی و رفتاری این گونه افراد (از قبیل استقلال طلبی، نیاز به موفقیت، ریسک پذیری و غیره) و ماهیت طبیعی نوآوری، شرایط خاص و متفاوتی را در سازمان می‌طلبد، لذا شناخت ویژگی‌ها و ایجاد بستری مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، اولین قدم و اساسی‌ترین مسئله روز سازمان‌ها محسوب می‌گردد، به خصوص در شرایطی که جهانی شدن اقتصاد و صنعت، عرصه رقابت را برای سازمان‌های سنتی کشورهای مثل کشور ما تنگ‌تر می‌کند. به نظر می‌رسد برخی شرکت‌های بزرگ نیز به نقاط ضعف خود در جنبه‌های اجرایی مشخص پی‌برده‌اند و به این دلیل که نوآوری بیشتری داشته باشند، ساختارهای خود را اصلاح کرده‌اند.

ساختار سازمانی تصریح می‌کند که وظایف چگونه تخصیص داده شوند، چه شخصی به چه کسی گزارش دهد و ساز و کارهای هماهنگی رسمی و همچنین الگوهای تعاملی سازمانی که باید رعایت شوند کدامند؟ (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۲۲-۲۱). و ابعاد ساختار سازمانی شامل پیچیدگی، رسمیت و تمرکز است که پیچیدگی به میزان تفکیکی که در سازمان وجود دارد اشاره می‌کند و شامل تفکیک افقی، عمودی و جغرافیایی می‌باشد. رسمیت به مقررات، روش‌ها و مدارک کتبی اطلاق می‌شود که به موجب آنها شرح وظایف، دستورالعمل‌ها و فرمان‌هایی که کارکنان و اعضای سازمان باید آنها را رعایت و اجرا نمایند مشخص می‌شود. تمرکز به سطوحی از سلسله مراتب اختیارات اطلاق می‌شود که می‌توانند تصمیماتی را بگیرند. (رابینز، ۱۳۷۸ ص ۲۶۶-۲۸۵) در مورد ارتباط این سه بعد ساختار سازمانی می‌توان گفت که مدارک و شواهد دلالت بر یک رابطه معکوس بین تمرکز و پیچیدگی دارد. عدم تمرکز با پیچیدگی سطح بالا مرتبط می‌شود و در مورد ارتباط تمرکز و رسمیت می‌توان به این مورد اشاره کرد که به همان اندازه که رابطه تمرکز و پیچیدگی روشن و واضح بود، ارتباط این دو مبهم و نامعلوم است.

ابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی... .

در سازمان‌هایی که بیشتر کارکنان آنها غیرمتخصص‌اند کنترل از طریق رسمیت و تمرکز تصمیم‌گیری در سطح مدیریت عالی به اجرا در می‌آید. از طرف دیگر اگر سازمان متشکل از کارکنان حرفه‌ای است شما باید انتظار داشته باشید که رسمیت و عدم تمرکز بر سازمان حکمفرما باشد. (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۱۰۵-۱۰۴)

عوامل مؤثر بر ساختار سازمانی شامل: استراتژی، اندازه سازمان، تکنولوژی، محیط و قدرت- کنترل می‌باشد. البته هیچ کدام از این متغیرهای اقتضائی به طور کامل تعیین کننده نیستند و هر کدام از آنها در تشریح بخشی از ساختار نقش دارند که استراتژی می‌تواند به عنوان فرایند تعیین اهداف بنیادی بلند مدت، اتخاذ شیوه کار و تخصیص منابع لازم برای تحقق این اهداف تعریف می‌شود و از اندازه سازمان به عنوان یک متغیر که در واقع تعداد کل کارکنان یک سازمان را شامل می‌شود استفاده می‌شود. تکنولوژی به اطلاعات، فنون و فرآیندهای لازم برای تبدیل نهاده‌ها به ستاده‌ها اطلاق می‌شود. هم چنین محیط را به عنوان یک ترکیب از مؤسسات یا نیروهایی که بر عملکرد سازمان تأثیر گذاشته و سازمان کنترل کمی بر آنها دارد و یا این که اصلاً کنترلی بر آنها ندارد تعریف می‌کنیم. در مورد عامل قدرت کنترل می‌توان گفت که بر اساس دیدگاه قدرت - کنترل در هر زمان، ساختار یک سازمان تا حد زیادی نتیجه اقدامات صاحبان قدرت آن سازمان در انتخاب ساختاری است که می‌خواهند به مدد آن کنترل خود را حداکثر سازند. (رابینز، ۱۳۷۸، ص ۱۱۱)

نخستین ساختاری که سازمان‌های بزرگ از آن استفاده می‌کردند ساختار مبتنی بر داویر و وظیفه‌ای بود. سازمان‌ها اکنون ابتکار عمل به خرج می‌دهند و ساختارهای سازمانی خود را مبتنی بر نوع محصول می‌کنند و بدین گونه سازمان‌های بسیار بزرگ به صورت واحدهای کوچکتر درآمدند که این واحدها معمولاً به صورت مراکز سود اداره می‌شوند. پس مسئله تیم‌ها یا گروه‌های تخصصی مطرح شد که آنها توانستند موانع بین واحدهای سازمانی را از میان

بردارند و در سطح افقی دواير سازمانی را به هم مرتبط و فعالیت‌ها را هماهنگ کنند. این گروه‌های تخصصی از نظر ساختاری حالت ماتریس به خود گرفتند و به صورت همزمان دارای دو سلسله مراتب اختیارات بودند. تازه‌ترین ساختارهای سازمانی که متداول شده‌اند عبارتند از تیم‌های خودگردان و ساختارهای شبکه‌ای پویا. سازمان‌ها با استفاده از این دو ساختار می‌توانند از منابع انسانی به نحوی مطلوب استفاده کنند و بدین وسیله حالت رقابتی به خود بگیرند. (دفت، ۱۳۷۷، ص ۴۳۵ - ۴۲۲) محیط رقابتی جدید ساختارهای سنتی سلسله مراتبی را تحت فشار مضاعف قرار داده است. اولاً سطوح سلسله مراتب مدیران میانی بسیار هزینه بر شده‌اند. ثانیاً این سطوح، جریان‌های اطلاعات و سرعت پاسخگویی لازم به منظور انعطاف‌پذیری و نوآوری را کند می‌نماید. در نتیجه شرکت‌ها آشکارا به خاطر کنار گذاردن این موانع هزینه بر در عمل به اقدامات گسترده‌ای دست می‌زنند. از بین بردن این سطوح با عدم تمرکز عملیاتی و استراتژیک همراه شده است. عدم تمرکز عملیاتی فزاینده، برای مثال در حوزه‌هایی مانند طراحی و بازاریابی محصول، هم برای بهبود زمان پاسخگویی و هم برای افزایش دانش تخصصی مدیران عملیاتی ضروری می‌باشد. عدم تمرکز استراتژیک، برای مثال مسئولیت فزاینده برای تصمیمات سرمایه‌گذاری، سود گرایی و پاسخگویی مدیران بازرگانی را ضمن تشویق آنها در یک محیط رقابتی فزاینده افزایش می‌دهد. عدم تمرکز در واحدهای کوچکتر تیم‌های چند وظیفه‌ای را افزایش می‌دهد. در ساختارهای سنتی و خشک، سازمان‌ها به طرز فزاینده‌ای به سوی اشکال سازمانی انعطاف‌پذیرتر و مبتنی بر پروژه حرکت می‌کنند. بنابراین ساختارها ویژگی افقی‌تری را اتخاذ می‌کنند و پروژه‌ها وسیله‌ای برای دستیابی به بخش‌های سازمان سنتی می‌شوند. (پتیگرو و دیگران، ۲۰۰۰، ص ۲۶۱)

ابطه بین سافتار سازمانی و کارآفرینی سازمانی...

امروزه یکی از راه‌های فرار سازمان‌ها از این مشکلات استفاده از کارآفرینان و به ویژه کارآفرینان سازمانی است. مک کله لند^۱ (۱۹۶۱) معتقد است که فرد کارآفرین کسی است که یک شرکت یا واحد اقتصادی را سازماندهی می‌کند و ظرفیت تولیدی آن را افزایش می‌دهد. (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹، ص ۹) و روبرت هیسریچ^۲ (۲۰۰۲) کارآفرین را به عنوان یک مبتکر مطرح می‌نماید و معتقد است وظیفه کارآفرین شکل‌دهی مجدد یا تغییر اساسی در الگوی تولید از طریق دستیابی به یک اختراع جدید، دستیابی به شیوه تکنولوژی ناشناخته، تولید یک محصول جدید، تولید یک محصول قدیمی به شیوه جدید، دستیابی به یک بازار جدید عرضه مواد اولیه یا یک بازار فروش جدید برای محصولات یا راه‌اندازی یک صنعت جدید می‌باشد. (هیسریچ، ۱۹۹۸، ص ۴۸) و جان باتیست سی^۳ (۱۹۸۷) معتقد است، کارآفرین عاملی است که تمامی ابزار تولید را ترکیب می‌کند و مسئولیت ارزش تولیدات، بازیافت کل سرمایه‌ای را به به کار می‌گیرد، ارزش دستمزدها، بهره و اجاره‌ای که می‌پردازد و همچنین سود حاصل را بر عهده می‌گیرد. (احمد پورداریانی، ۱۳۷۹، ص ۶) و پیتر دراگر^۴ (۱۹۸۴) معتقد است که کارآفرین کسی است که فعالیت‌های اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌نماید. (دراگر، ۱۹۸۴، ص ۱۲۶)

ادبیات کارآفرینی نشان می‌دهد که کارآفرینی و در سه زمینه یا قالب ذیل شکل می‌گیرد که شامل:

¹ Mcclelland

² Hisrich

³ Jean baptiste say

⁴ Peter Druker

۱- در قالب افراد آزاد و غیروابسته به سازمان (کارآفرینان شخصی- کارآفرینی مستقل): فرآیندی است که کارآفرین طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را بطور آزاد به ثمر رساند.

۲- در قالب کارکنان سازمان (کارآفرینان سازمانی - کارآفرینی درون سازمانی): فرآیندی است که کارآفرین طی می‌کند تا فعالیت کارآفرینانه‌ای را در سازمانی که معمولاً سنتی و بوروکراتیک است به ثمر رساند.

۳- در قالب سازمان (سازمان کارآفرین - کارآفرینی سازمانی): فرآیندی است که سازمان طی می‌کند تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت‌های کارآفرینانه فردی و گروهی به طور مستمر، سریع و راحت در سازمان مرکزی یا شرکت به ثمر رسند. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، صص ۱۴-۱۵).

فرای در مورد تفاوت کارآفرینی مستقل و سازمانی معتقد است که: در بسیاری از موارد، شرکت مادر می‌تواند بجای یک دشمن، یک دوست باشد. چنانچه ارتباط شرکت مادر و واحد تأسیس شده جدید، خوب باشد کارآفرین سازمانی از خزانه شرکت مادر، به سرمایه لازم دسترسی دارد، با وجود این که سرمایه شرکت محدود است و گردآوری پول، نیاز به تأیید مدیران در سطوح مختلف دارد، اما چنانچه امکان یا فرصتی برای اقدام به یک فعالیت مخاطره آمیز وجود داشته باشد، کارآفرین سازمانی از سوی شرکت مادر تأمین اعتبار می‌شود. در حالی که کارآفرین مستقل یا باید از ثروت شخصی خود استفاده کند و یا تلاش نماید تا سرمایه‌ای را از منابع مختلف خارجی به دست آورد. (فرای، ۱۹۹۳، ص ۳۷۵)

تعاریف متعددی از کارآفرینی سازمانی توسط صاحب نظران مختلف ارائه شده است. این تعاریف که در مقالات و کتب و از دیدگاه صاحب نظران متعدد ارائه شده، به طور قابل ملاحظه‌ای به هم شباهت دارند.

ابطه بین سافتار سازمانی و کارآفرینی سازمانی...
مکنزی و دیکامبور^۱ (۱۹۸۶) معتقدند که فعالیت کارآفرینانه سازمانی می‌تواند شامل توسعه یک محصول جدید تا ایجاد یک فرآیند اثربخش باشد. و جنیگ و یانگ^۲ (۱۹۹۰) کارآفرینی سازمانی را به عنوان فرآیند توسعه محصولات یا بازارهای جدید تعریف می‌کنند. و کوراتکو، منتاگنو و هورنسبای^۳ (۱۹۹۰) کارآفرینی سازمانی را به عنوان ایجاد کسب و کارهای جدید در درون چارچوب شرکت های مادر، توصیف می‌نمایند. همه تعاریفی که از کارآفرینی سازمانی ارائه شده است تا حدود زیادی نا متناقض است و زاهارا^۴ با بررسی پیشینه کارآفرینی سازمانی پی برد که بیشتر تعریفی که در زمینه کارآفرینی سازمانی مطرح شده آن را به عنوان یک فعالیت نوآورانه در درون یک سازمان معرفی می‌نماید. (هانس، ۲۰۰۳، ص ۳)

پیشینه تحقیق در خصوص عوامل مؤثر در کارآفرینی سازمانی (بستر سازمانی مناسب برای رشد و جذب کارآفرینان) را شاید بتوان به صورت ذیل دسته بندی کرد:

* تعدادی از محققان سعی کرده‌اند عوامل به خصوصی را که به موفقیت سازمان در کسب بازار های نو کمک کرده اند به آزمایش بگذارند. مثل وین هیپل^۵ (عوامل مالی)، ساته و بلاک و اوماتی^۶ (عامل تشویق و سیستم کنترل)، رابرتز و بری^۷ (عامل بازار و فروش ورود به آن) و الیس و تیلور^۸ (عامل بازار گرایي در مقابل تکنولوژی گرایي)

¹ Mackenize & dechambeau

² Jennig & yong

³ Kuratko montagno & Hornsby

⁴ Zahara

⁵ Vin Hippel

⁶ Sathe

⁷ Roberts & berry

⁸ Elisand & talor

* تعدادی از محققان سعی کرده‌اند موانع به خصوصی را که سد راه کارآفرینی در سازمان هستند به آزمایش بگذارند. از قبیل: مک میلان و نارسیمها^۱: بررسی مشکلات مثل مشکلات عملیاتی، برنامه‌ریزی نامناسب و ناکافی، انتظارات سازمانی غیرواقعی، حمایت‌های سازمانی نامناسب و ناکافی. کووین^۲: هنگام شناسایی و معرفی عوامل لازم برای سازمان‌های بزرگی که خواهان نوآوری هستند، به عامل محیط سازمان اشاره می‌کند و آن را مشتمل بر فرهنگ، آرمان و ساختار تبیین می‌کند که باید موارد زیر در آنها تغییر داده شود: انزوای مدیریت ارشد، افق زمانی کوتاه مدت، بوروکراسی، پاداش‌های نامناسب و ناکافی و تعدادی از تحقیقات از جمله تحقیق میلر، کارآفرینی را در سطح کلان آزمایش کرده‌اند، مثل مواردی از قبیل: نوع سازمان، محیط، ساختار و ...

مطالعات انجام شده تا به حال نتوانسته‌اند به روشنی عوامل مؤثر در کارآفرینی سازمانی را مشخص کنند. با وجود این که عوامل زیادی را برای آن معرفی می‌کنند، فقط تعدادی از آنها با هم سازگاری دارند از قبیل: تشویق و پاداش، دسترسی به منابع، ساختار سازمانی، ریسک‌پذیری و تحمل شکست و اشتباه (احمد پورداریانی، ۱۳۷۸، ص ۷). در ابتدا اعتقاد بر این بود که کارآفرین‌ها شخصاً مالک و صاحب کار خود هستند. اما امروزه معتقدند کارآفرین‌ها می‌توانند در استخدام شرکت‌ها در آیند و از همین جا واژه کارآفرین سازمان به وجود آمد. شومپیتر، عمده فعالیت‌های کارآفرینان در سازمان را شامل توسعه کالا و خدمات جدید، معرفی روش‌های جدید تولید، تشخیص بازارهای جدید، پیدا کردن منابع جدید و بهبود سازمان می‌داند. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۲۰-۱۹)

¹ Macmillan & norasimha

² Quinn

برخی از ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی را می‌توان به صورت زیر بیان

کرد:

کارآفرینان گرایش دارند تا سازمان را به خاطر پیگیری ایده‌هایشان ترک کنند، کارآفرینان تحقیقات بازارشان را خودشان انجام می‌دهند، کارآفرینان تصمیم‌گیران خوبی هستند، حتی در شرایطی که اطلاعات کافی وجود ندارد ترسی از تصمیم‌گیری ندارند، ارتباط کارآفرینان اغلب غیر رسمی و مخالف سلسله مراتب سازمانی می‌باشند و کارآفرینان به منابع، تکنولوژی، افراد و دانش سازمان‌ها به منظور توسعه محصول و غیره احتیاج دارند. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۲۲-۲۳)

ویژگی‌های سازمان‌های کارآفرین را می‌توان شامل موارد ذیل دانست:

الف) ساختار: اساساً سازمان‌های کارآفرین ساختاری ارگانیک دارند که مشخصات آن عبارت است از:

غیر متمرکز بودن، غیر رسمی بودن، عمودی و افقی بودن جریان اطلاعات، در انحصار نبودن اطلاعات، وجود دوایر و عناوین شغلی کم، گروهی بودن کارها، برخوردار بودن از ساختار سازمانی تخت که مانع از اجرای ایده‌های نو نباشد، کنترل سهل گیر و غیررسمی، داشتن کارکنان توانمند.

ب) حمایت مدیریت: قدردانی مدیریت از افراد ریسک پذیر، قدردانی مدیریت از افراد صاحب ایده، تحمل کردن انحراف از قواعد کارکنان، متولی شدن طرح‌های کارآفرینانه، به کارگیری ایده‌های جدید کارکنان، تغذیه مالی برای شروع و حرکت طرح‌های نو.

ج) اهداف و استراتژی‌ها: بازارگرایی، برون گرایی و سازگاری با محیط، فرصت گرایی، دارای بیانیه مشترک و آرمان مشترک، مدون، واضح، منعطف و آینده نگر.

د) فرهنگ سازمانی: سازمان کارآفرین دارای فرهنگی است که در آن از ریسک‌پذیری، نوآوری و ایده‌های جدید افراد در همه سطوح سازمان حمایت می‌شود، کار گروهی با ارزش است و مورد تشویق قرار می‌گیرد، افراد نسبت به هم احساس وظیفه می‌کنند و اعتماد، صداقت و درستی در بین کارکنان برقرار است، نیروی انسانی با ارزش‌ترین منبع سازمان شناخته می‌شود، یادگیری سازمانی در همه سطوح وجود دارد، تحقیقات سازمان از ارزش بالایی برخوردار است و نقش مهمی در سازمان ایفا می‌کند.

ه) سیستم‌ها که شامل: ۱- سیستم ارزیابی و تشویق: هدفمند است، افراد در اجرا سیستم پاداش و نظارت در توزیع پاداش‌ها مشارکت دارند، نسبت به ریسک‌پذیری، نوآوری، موفقیت‌ها و شکست‌های بارور، تشویق‌های مناسب، کافی، عادلانه و به موقع برقرار می‌کند، بر تشویق‌های درونی فطری مانند احساس لیاقت، احترام، تعلق، استقلال و غیره تأکید می‌شود، عملکرد افراد را به طور منظم، مستمر و بلند مدت ارزیابی می‌کند، معیارهای ارزیابی روشن است و عموم کارکنان از آن آگاهی دارند. ۲- سیستم پیشنهادات: به پیشنهادات پاسخ سریع می‌دهد، افراد از معیارهای ارزیابی ایده‌های نو آگاهی دارند، ایده‌های جدید ناقص، طراحی نشده و بدون نقشه قبلی را می‌پذیرد، تشویق می‌کند و برای آن بودجه تخصیص می‌دهد. ۳- سیستم آموزش: کوشش‌های آموزشی جهت بالا بردن روحیه کارآفرینی در افراد و یادگیری گروهی، همیشه مد نظر است. ۴- سیستم تحقیق و توسعه: بین تحقیقات کاربردی و پایه تعادل برقرار است، ارتباط نزدیک و مستمر واحد تحقیق و توسعه با مشتریان، تحقیقات بازار، کارآفرینان و سایر واحدها وجود دارد، بالا بردن مخارج و هزینه‌های واحد تحقیق و توسعه نسبت به رقبا. ۵- سیستم حاکمیت و مالکیت: تعداد مدیران موظف در هیئت مدیره بیشتر از اعضای غیرموظف است، مدیران موظف و غیرموظف در هیئت مدیره از مالکیت بالایی برخوردارند، وجود سهام‌داران اصلی و قوی در هیئت مدیره به چشم

ابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی... می‌خورد. ۶- سیستم مالی: امکان دسترسی به منابع به خصوص برای طرح‌های جدید و واحد تحقیق و توسعه وجود دارد، فراگرد تخصیص بودجه سریع و آسان است، از سرمایه‌گذاران سازمانی با اهداف بلند مدت استفاده می‌شود. (صمد آقایی، ۱۳۷۸، ص ۲۰۳-۱۹۹).

ساختار سازمانی راه یا شیوه‌ای است که به وسیله آن فعالیت‌های سازمانی تقسیم، سازماندهی و هماهنگ می‌شوند. ساختار سازمانی مشخص‌کننده جایگاه و مسئولیت افراد و گروه‌ها، تعیین‌کننده میزان قدرت و اختیار آنها، نشان‌دهنده سطح پاسخگویی و دربرگیرنده نظام ارتباطات جهت هماهنگی واحدها است. این چنین نقشه‌هایی ساختار سازمانی را تحت تأثیر دو دسته عوامل یا متغیر قرار می‌دهد. متغیرهای محتوایی که معرف کل سازمان و جایگاه آن در محیط می‌باشد و متغیرهای ساختاری که بیانگر ویژگی‌های درونی یک سازمان و وسیله‌ای برای اندازه‌گیری آن هستند. به این ترتیب متغیرهای محتوایی بر متغیرهای ساختاری اثر می‌گذارند و از نحوه ترکیب و درآمیختن آنها انواع طرح‌های ساختاری به وجود می‌آید. متغیرهای محتوایی تعیین‌کننده نوع ساختار ارگانیکی و مکانیکی می‌باشند. اما برای شکل بخشیدن به هر یک از دو نوع این ساختارها لازم است متغیرهای ساختاری مورد بررسی قرار گیرند. به عبارتی ساختارهای ارگانیکی نظری و کلی هستند که با بهره‌گیری از متغیرهای ساختاری می‌توان از آنها شکلی از انواع ساختارهای عملی را تهیه و ارائه نمود. به این ترتیب هر سازمان ساختاری دارد که بر مبنای متغیرهای ساختاری و محتوایی آن ویژگی‌های خاص خود را دارا خواهد بود. سازمان‌های کارآفرین نیز از این امر مستثنی نمی‌باشند. و با در نظر گرفتن جمیع ابعاد ساختاری و محتوایی می‌توان به ویژگی‌های آنها دست یافت و در طراحی چنین سازمان‌هایی از آن ویژگی‌ها بهره جست. (فرای، ۱۹۹۳، ص ۳۷۴) در ساختارهای ارگانیکی، پراکندگی واحدها در سطوح افقی اندک، همکاری و اشتراک مساعی هم در سطح و هم در لایه‌های عمودی بسیار زیاد،

شرح وظایف منعطف، رسمیت بسیار اندک و نظام تصمیم‌گیری غیرمتمرکز می‌باشد. در حالی که چنین ویژگی‌هایی در ساختارهای مکانیکی چهره کاملاً متفاوتی دارد. اما دقت در ساختارهای سازمان‌ها نشان می‌دهد، که در یک زمان خاص و یک سازمان نمی‌توان تمامی مختصات یک ساختار مکانیکی یا ارگانیکی را مشاهده نمود. (سالاریان زاده، ۱۳۸۰، ص ۱۰۳-۱۰۱) همان گونه که اشاره شد، متغیرهای ساختاری سازمان، عوامل درونی سازمان هستند که تحت تأثیر متغیرهای محتوایی قرار می‌گیرند. پیچیدگی، رسمیت و تمرکز از مهمترین این متغیرها به شمار می‌آیند. درباره رابطه این سه متغیر با کارآفرینی سازمانی می‌توان به این موارد اشاره کرد که: ۱- پیچیدگی: پیچیدگی سازمان به سه شکل عمده افقی، عمودی و جغرافیایی تجلی می‌کند. این موضوع بیانگر این نکته است که سازمان در سطح افقی (تعداد مشاغل و وظایف) و یا در سطح عمودی (تعداد پست‌های مدیریتی) از پیچیدگی برخوردار باشد و ارتباطات سازمانی آن قانون‌مندتر و رسمی‌تر شود، امکان تعامل گروهی در سازمان به شدت تقلیل می‌یابد و این امر سازمان را از اهداف کارآفرینی خود دور می‌سازد. تحقیقات انجام شده در این رابطه نیز مؤید رابطه منفی پیچیدگی ساختار و کارآفرینی سازمانی است (سالاریان زاده، ۱۳۸۰، ص ۱۱۳-۱۱۰). ۲- رسمیت: اگر فعالیت‌ها و امور جاری سازمان را بتوان به صورتی دقیق در قالب دستورالعمل‌ها، بخش‌نامه و یا روش کلاسیک و مدون به تصویر کشید و از کارکنان انتظار داشت که همیشه آنها را به همان صورت به کار ببندند و اعمال سلیقه آنها در کار منع شود تا کالا و خدمات ارائه شده همیشه از یک شکل و شمایل واحد برخوردار باشد، گفته می‌شود که رسمیت سازمان بیشتر و عمیق‌تر است. در شرایطی که سازمان از رسمیت بالایی برخوردار باشد، افراد آزادی عمل ندارند، کارها از انعطاف قابل قبول و قابل تحمل برخوردار نمی‌باشند و بروز رفتارهای مختلف از جانب کارکنان سلب می‌گردد. در این شرایط یادگیری نقشی در پیشبرد برنامه و ارتقای

رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی... عملکردها نخواهند داشت، لذا کارکنان تمایل به یادگیری را نیز از دست خواهند داد. در حالی که در سازمان کارآفرین، یادگیری، انعطاف‌پذیری و پذیرش خطر از سوی سازمان اصول محوری محسوب می‌شوند. به عبارتی دیگر، سازمان در شرایطی می‌تواند کارآفرین قلمداد گردد که ضمن پذیرش خطر، قدرت تصمیم‌گیری و قضاوت‌های شایسته‌ای را به اعضای خود واگذار و در انجام امور اجازه به کارگیری خلاقیت‌های فردی را به آنها صادر نماید. این امر زمانی میسر می‌گردد که میزان دستورات‌عمل‌ها و بخشنامه‌ها تا حد امکان تقلیل یابد و فرصت برای بروز توانایی‌ی کارکنان داده شود. با این وصف، رابطه کارآفرینی سازمانی و رسمیت رابطه‌ای معکوس خواهد بود. ۳- تمرکز: ساختار را از دو دیدگاه می‌توان مورد توجه قرار داد. از یک ساختار، فعالیت‌های سازمان را تعیین می‌کند و از دیدگاه دیگر، فعالیت‌ها، ساختار را می‌سازند. حال اگر با توجه به این دیدگاه ساختار سازمانی را از بعد تمرکز که توزیع قدرت در درون سازمان است را تعیین می‌کند مورد بررسی قرار دهیم، دو منظر قابل مشاهده است، از یک منظر پدیده تمرکز می‌تواند سازنده باشد. از نظر دیگر چون گروه‌ها و افراد در نتیجه‌گیری تمرکز یا قدرت خود را از دست می‌دهند و یا قدرت‌های جدید کسب می‌کنند، لذا سازمان در معرض خطر تصمیم‌گیری غیر معقول مبتنی بر روابط و قدرت‌های قانونی قرار می‌گیرد. با توجه به این دیدگاه‌ها، با تعدد و تنوع نظریات کارشناسان نسبت به موضوع تمرکز روبرو می‌شویم. اما اگر در بررسی موضوع تمرکز، به مأموریت، شرح وظایف و جمیع شرایط سازمان (ابعاد محتوایی) توجه کنیم، مطلب گویاتر و شفاف‌تر خواهد شد و درحقیقت با دقت نظر به همین مستندات است که در یک سازمان، تجمیع قدرت در مدیریت ارشد مورد تأیید قرار می‌گیرد و در سازمان‌های دیگر مشارکت کلیه افراد در تصمیم‌گیری‌ها مدنظر واقع می‌شود. در سازمان‌های کارآفرین که اختیار تصمیم‌گیری می‌بایست به واحدها و افراد تفویض شده باشد تا بتوانند در زمان مناسب، حرکت مناسب را طراحی و به

اجرا درآوردند، مفهوم تمرکز رنگ می‌بازد و با توجه به خلاقیت، استعداد و قدرت فکری و اجرایی متخصصین و کارشناسان این گونه سازمان‌ها، عدم تمرکز جلوه شفاف‌تری پیدا خواهد کرد. این در حالی است که دیگر ابعاد محتوایی سازمان به ویژه اندازه و فناوری نیز بر سطح تمرکز تأثیر بسزایی دارند. به طوری که هر قدر اندازه سازمان بزرگتر شود و یا سازمان از وجود متخصصین مجرب بهره‌گیرد و شبکه ارتباطی متناسب با فناوری روز در اختیار داشته باشد، مسأله تفویض اختیار و تمرکز زدائی بیشتر معنی پیدا می‌کند. اگر کارکنان از نظر تخصص واجد شرایط لازم باشند خطرات مربوط به تفویض اختیار و تمرکز زدائی بیشتر معنی پیدا می‌کند. اگر کارکنان از نظر تخصص واجد شرایط لازم باشند، خطرات مربوط به تفویض اختیار کمتر می‌شود و زمینه تمرکز زدائی بیشتر فراهم خواهد شد. (سالاریان‌زاده، ۱۳۸۰، ص ۱۱۳-۱۱۰)

در رابطه با این پژوهش در داخل و خارج از کشور تحقیقات مشابهی نیز صورت گرفته است که از جمله می‌توان به تحقیق خلیفه سلطانی (۱۳۸۶) با عنوان بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی مدیران ستادی سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران اشاره کرد که نتایج این تحقیق به وجود رابطه‌ای معنی‌دار و معکوس بین ابعاد ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی اشاره دارد، و نیز عباسی (۱۳۸۱) پژوهشی را با عنوان بررسی رابطه ابعاد ساختار سازمانی و خلاقیت کارکنان انجام داد که نتایج حاکی از وجود رابطه‌ای معکوس بین ابعاد ساختار سازمانی و خلاقیت کارکنان بود. جوهانمایلر^۱ (۲۰۰۷) در دانشگاه بارسلونا پژوهشی با عنوان رفتار کارآفرینانه در یک موسسه بزرگ سنتی (کشف مشوق‌ها و محرک‌های اصلی) انجام داد که هدف اصلی آن افزایش درک بر روی طبیعت و پیشینه رفتار کارآفرینانه درون سازمان‌ها بود. و

¹ joe hatmayer

رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی...
نتایج به دست آمده از این تحقیق حاکی از اثبات ادعایی بود که در آن متغیرهای تفاوت‌های شخصی نظیر خود نظارتی افراد بر رفتار کارآفرینانه افراد تأثیر دارد و میان نوع رفتار مدیریت در سازمان و ظهور افکار کارآفرینانه در سازمان‌ها ارتباط مستقیمی وجود دارد. و نیز فانگ ژائو^۱ (۲۰۰۵) پژوهشی با عنوان بررسی هم‌افزایی میان کارآفرینی سازمانی و نوآوری انجام داد که نتایج آن حاکی از وجود رابطه‌ای مثبت میان کارآفرینی سازمانی و نوآوری بود.
با توجه به این که محقق در این پژوهش به دنبال دستیابی به این اهداف است:

- الف- تعریف و شناسایی مقوله کارآفرینی و انواع آن (کارآفرینی/ کارآفرینی مستقل و سازمانی) با تأکید بیشتر بر نوع سازمانی آن.
- ب- تعریف و شناسایی ساختار سازمانی و انواع آن و شناسایی ابعادی از ساختار سازمانی که با کارآفرینی سازمانی رابطه داشته باشد. به همین منظور این فرضیه‌ها را مطرح نموده است:
 - بین پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
 - بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.
 - بین تمرکز و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش

تحقیق حاضر از حیث ماهیت و روش، توصیفی - پیمایشی از انواع همبستگی است. توصیفی از آن جهت که یافته‌ها به همان صورت که جمع‌آوری شده‌اند، بدون هیچگونه دستکاری توصیف می‌گردند و روابط بین متغیرها بررسی شده و رابطه متغیرهای مستقل و وابسته ارزیابی می‌شوند. در تحقیق پیمایشی

¹ Fang Zhao

پژوهشنامه تربیتی

پاسخ پرسشنامه در یک نمونه تعیین شده جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل می‌گردد و سپس پیشنهادات لازم بر اساس نمونه اندازه‌گیری شده به جامعه مورد نظر تعمیم داده می‌شود. (بست، ۱۳۷۲) و از لحاظ ماهیت مسأله و هدف تحقیق کاربردی محسوب می‌شود زیرا پژوهش کاربردی پژوهشی است که نه در جهت ارضای کنجکاوی‌های ژرف پژوهشگر بلکه حل مسأله‌ای فردی، گروهی و اجتماعی انجام می‌پذیرد. در این پژوهش‌ها با توجه به فوریت نتیجه‌گیری، رابطه‌ای بین کار پژوهش و جامعه پدید می‌آید و به همان ترتیب و در همان زمان که محقق به پژوهش می‌پردازد در اندیشه کاربرد دستاوردها نیز است. (ساروخانی، ۱۳۸۱، ص ۷۳) متغیرهای تحقیق در این پژوهش شامل سه متغیر مستقل و یک متغیر وابسته است. متغیر مستقل در فرضیه اصلی تحقیق «ساختار سازمانی» است. در سه فرضیه فرعی، «متغیرهای مستقل» عبارتند از: «پیچیدگی»، «رسمیت»، «تمرکز». و «متغیر وابسته» نیز «کارآفرینی سازمانی» می‌باشد. در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی شامل کارکنان و کارشناسان دارای تحصیلات دانشگاهی در سازمان جهاد کشاورزی استان خراسان شمالی است که تعداد آنها ۱۹۳ نفر می‌باشد. و بر اساس فرمول‌های آماری و نیز جدول مورگان نمونه مناسب برای این پژوهش ۱۳۰ نفر انتخاب گردید. و روش جمع‌آوری اطلاعات شامل دو دسته بود که عبارتند از روش‌های مستقیم و غیرمستقیم، که در روش جمع‌آوری مستقیم محقق از دو پرسشنامه استفاده کرد که اولین پرسشنامه مربوط به اندازه‌گیری ساختار سازمانی بود که از پرسشنامه استاندارد استیفن رابینز استفاده گردید و نیز پرسشنامه مربوط به اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی که محقق ساخته بوده و برای تهیه آن از پرسشنامه استاندارد صمدآقایی در رابطه با کارآفرینی سازمانی و نیز نظرات اساتید و صاحب‌نظران در زمینه کارآفرینی استفاده گردید. و برای سنجش پایایی آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که به عدد ۰/۸۹ رسیدیم که نشان از اعتبار بالای پرسشنامه بود. و

رابطه بین سافتار سازمانی و کارآفرینی سازمانی... جهت آزمون رابطه متغیرها از آزمون‌های همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن و نیز آزمون نرمالیته کلمگروف-اسمیرنوف K-S و روش مدل بندی رگرسیونی الگوی قدم به قدم (step wise) استفاده گردید.

یافته‌ها

پس از تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده نتایج به دست آمده حاکی از تأیید هر سه فرضیه پژوهش بود که با توجه به جدول خروجی SPSS در مورد آزمون همبستگی به بررسی این یافته‌ها می‌پردازیم:

۱ - یافته‌های مربوط به فرضیه اول: با توجه به اطلاعات به دست آمده از آزمون فرضیه‌ها، ضریب همبستگی بین متغیر پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی $\text{sig} = 0/00$ است و با توجه به این که مقدار عددی سطح معنی‌داری $\alpha = 0/05$ شده است. و به دلیل این که $(\text{sig} < \alpha)$ می‌باشد بیانگر وجود رابطه بین دو متغیر می‌باشد و به جهت منفی بودن ضریب همبستگی این رابطه به صورت معکوس خواهد بود. یعنی افزایش پیچیدگی باعث کاهش کارآفرینی سازمانی می‌شود.

۲ - یافته‌های مربوط به فرضیه دوم: نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین دو متغیر رسمیت و کارآفرینی سازمانی $0/47$ - و با توجه به این که مقدار عددی سطح معنی‌داری در این آزمون نیز برابر $\text{sig} = 0/00$ شده است. و به دلیل این که $(\text{sig} < \alpha)$ و $\alpha = 0/05$ می‌باشد بیانگر وجود رابطه بین دو متغیر می‌باشد. و از آنجایی که ضریب همبستگی به دست آمده منفی است این رابطه به شکل منفی (معکوس) می‌باشد. و می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵٪ بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار و معکوس وجود دارد. یعنی افزایش رسمیت می‌تواند باعث کاهش کارآفرینی سازمانی گردد.

۳ - یافته‌های مربوط به فرضیه سوم : نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه سوم نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین دومتغیر تمرکز و کارآفرینی سازمانی ۰/۶۵- است و با توجه به این که مقدار عددی سطح معنی داری در این آزمون نیز برابر $\text{Sig} = ۰/۰۰$ شده است. و به دلیل این که $(\text{Sig} < \alpha)$ و $\alpha = ۰/۰۵$ می‌باشد، بیانگر وجود رابطه بین دو متغیر می‌باشد. و از آنجایی که ضریب همبستگی برای این فرضیه نیز همانند دو فرضیه قبلی منفی بدست آمده است این رابطه هم به شکل منفی (معکوس) می‌باشد. و می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۹۵٪ بین تمرکز و کارآفرینی سازمانی رابطه معنی‌دار و معکوس وجود دارد. با توجه به بالا بودن ضریب همبستگی در این رابطه می‌توان گفت که بین تمرکز با کارآفرینی سازمانی نسبت به دو بعد دیگر ساختار سازمانی رابطه قوی‌تری وجود دارد.

فروجهی spss در مورد آزمون همبستگی فرضیه‌ها

کارآفرینی	تمرکز	رسمیت	پیچیدگی	
۰/۳۸۱-	۰/۰۴۷-	۰/۱۸۹-	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی
۰/۰۰	۰/۶۱۳	۰/۰۴۱	۰	سطح معنی داری پیچیدگی
۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	تعداد نمونه
۰/۴۷۵-	۰/۰۰۴-	۱/۰۰۰	۰/۱۸۹-	ضریب همبستگی
۰/۰۰	۰/۹۶۹	۰	۰/۰۴۱	سطح معنی داری رسمیت
۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	تعداد نمونه
۰/۶۵۳-	۱/۰۰۰	۰/۰۰۴-	۰/۰۴۷-	ضریب همبستگی
۰/۰۰	۰	۰/۹۶۹	۰/۶۱۳	سطح معنی داری تمرکز
۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	تعداد نمونه
۱/۰۰۰	۰/۶۵۳-	۰/۴۷۵-	۰/۳۸۱-	ضریب همبستگی
۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	سطح معنی داری کارآفرینی سازمانی
۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	۱۱۷	تعداد نمونه

بحث و نتیجه گیری

بر اساس اظهارات پاسخ گویان سلسله مراتب اداری در فراهم آوردن زمینه برای اجرای کارآفرینی سازمانی، نقش قابل ملاحظه‌ای ندارد. هر چند روی هم رفته کارکنان از سلسله مراتبی بودن، دسترسی مشکل به اطلاعات و عدم وجود ارتباط غیررسمی در سازمان نیز رضایت چندانی ندارد. نباید فراموش کرد که هر قدر ارتباطات غیر رسمی بین کارکنان و مسئولان سازمان بیشتر برقرار باشد، بالطبع امکان دسترسی به اطلاعات و گردش آزاد و سالم آن فراهم می‌آید و در طی این فرایند تعامل و تبادل اطلاعات و نظرات، ایده‌های بکر، کارآفرینانه و خلاق بیشتر امکان بروز و ظهور خواهند داشت. در ضمن شیوه مدیریتی و سبک رهبری اتخاذ شده می‌تواند در هر چه باور کردن افکار و اندیشه‌های نو و خلاقانه کارکنان و بطور کلی ایجاد و تقویت فضای کارآفرینانه و تزریق روحیه پیشگامی نقش بسزایی ایفا کرده و یا موجب نابودی و یا کم رنگ شدن این روحیه گردد. بدیهی است هرچه کارکنان در سازمان در انجام شغل و وظایف سازمانی خود منعطف تر بوده و آزادی عمل بیشتری داشته باشند چنانکه جسارت اندیشه و عمل نمودن (کمی بر خلاف استانداردهای معمول و مکتوب) را پیدا نمایند تا واجد ذهنی خلاق و روحیه ای فرصت گرا گردند و از طرفی اگر چنانچه این ریسک پذیری و مخاطره پذیری آنان در صورت شکست از سوی مسئولان سازمان به عنوان تجربه و درسی برای مسیر آتی تلقی شود، ما با سازمانی کارآفرین مواجه خواهیم بود.

همکاری گروهی از مؤلفه‌های بنیادین استقرار یک سازمان است. «در سازمان‌های کارآفرین، کار گروهی مقدس‌ترین جنبه مدیریت شناخته می‌شود و بالاترین توهین به افراد این است که به کسی بگویند «تو کار گروهی بلد نیستی» فعالیت‌های دسته جمعی نقاط ضعف موجود در جریان کار را آشکارتر می‌سازد و نسبت به رفع آنها از مشورت و کمک سایر همکاران می‌توان بهره جست و این

امری بود که کارکنان سازمان نیز به آن اذعان داشته اند، هر چند که از وضع موجود همکاری تیمی رضایت بالایی ندارند. علاوه بر موارد اشاره شده چنانچه مدیران ارشد سازمان، در فرایند فعالیتهای جاری سازمان هر چه بیشتر اقدام به تصمیم‌گیری‌های صریح، سریع و به موقع و صحیح بنمایند، اولاً ضمن رفع بموقع موانع سازمانی کارآفرینی و تقویت روحیه کارآفرینی سازمانی، باعث مسئولیت‌پذیری کارکنان به فراخور مشاغل و پست‌های سازمانی در راستای تحقق بخشیدن به تصمیمات صحیح گردیده و موجب می‌گردد، آنان به اقتباس از مدیران خود، راه‌حل‌های اصولی را بهتر کشف نموده و خلاقیت‌های خود را به کار اندازند و ثانیاً اقدامات به موقع و اصولی مدیران ارشد سبب ساز کشف فرصت‌های جدید و دستیابی به بازارها و در نتیجه افزایش حجم فعالیتهای سازمان گردیده و موجب می‌شود سازمان بتواند خود را به صورت یک سازمان پیشرو و برتر معرفی نماید که بدیهی است این پیشگامی به کارکنان سازمان نیز سرایت خواهد کرد.

پس از انجام این پژوهش محقق به نتایج زیر دست یافت: کاهش پیچیدگی، باعث کوتاه ساختن خط فرمان می‌شود و در نتیجه سازمان می‌تواند با حذف سطوح مدیریتی غیرضروری در برابر تهدیدات محیط مقاومتر باشد. همچنین کاهش پیچیدگی باعث کاهش وحدت فرماندهی می‌شود بدین معنا که با استفاده از تیم‌های ترکیبی و گروه‌های ضربت، ساختارهای افقی تر به کار گرفته شوند تا سازمان با خواسته‌های مشتریان خود بیشتر آشنا شود. بنابراین نتیجه می‌گیریم که کاهش پیچیدگی در سازمان می‌تواند بر کارآفرینی سازمانی تأثیر بگذارد. که البته نسبت به دو متغیر دیگر کمترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی دارد.

و در خصوص رسمیت در سازمان این گونه نتیجه‌گیری می‌شود که عدم رسمیت باعث افزایش ارتباط غیررسمی بین کارکنان و مسئولان سازمان می‌شود که این امر امکان دسترسی به اطلاعات و گردش آزاد و سالم را فراهم می‌آورد و

ابطه بین سافت‌سازمانی و کارآفرینی سازمانی... در طی این فرایند تعامل و تبادل این اطلاعات و نظرات، ایده‌های بکر، کارآفرینانه و خلاق بیشتری امکان بروز خواهند داشت. همچنین عدم رسمیت میزان دستورالعمل‌ها، بخش نامه‌ها، سیاست‌ها، مقررات و آیین‌نامه‌های خشک را تقلیل می‌دهد و با این امر امکان بروز توانایی به کارکنان داده می‌شود. بنابراین با تأیید این فرضیه نتیجه می‌گیریم که عدم رسمیت در سازمان می‌تواند از لحاظ افزایش کارآفرینی در سازمان تأثیرگذار باشد.

و در مورد وجود تمرکز در سازمان این گونه نتیجه‌گیری می‌شود که عدم تمرکز باعث تقویت انتقادات و پیشنهادات و اهمیت دادن به افکار و نظرات کارکنان است. همچنین عدم تمرکز باعث اعتماد به کارکنان در انجام فعالیت‌های کارشناسی و تخصصی آنها، افزایش تفویض اختیار، خارج کردن اطلاعات از سطوح مدیریت و پیاده‌سازی نظام مدیریتی مشارکتی است. و تمرکز می‌تواند در بین سایر متغیرها بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی سازمانی داشته باشد لذا ضروری است سازمان‌هایی که به دنبال ایجاد بستر مناسب برای کارآفرینی هستند تلاش‌های گسترده‌ای را برای کاهش تمرکز در سازمان انجام دهند.

کتابنامه

- احمد پورداریانی، محمود، (۱۳۷۹)، کارآفرینی، انتشارات پردیس، چاپ اول، تهران.
- آذر، عادل و منصور مؤمنی، (۱۳۸۱) آمار و کاربرد آن در مدیریت، انتشارات سمت، ج دوم، چ ششم، تهران.
- بست، جان، (۱۳۷۲)، روش تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، ترجمه: حسن پاشاشریفی، برگس طالقانی، انتشارات رشد چاپ اول، تهران.
- دفت، ریچارد. ال. (۱۳۷۷) تئوری و طراحی سازمان، ترجمه دکتر پارساییان و دکتر اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، ج اول، چ اول، تهران
- دفت، ریچارد. ال. (۱۳۸۰) تئوری و طراحی سازمان، ترجمه دکتر پارساییان و دکتر اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، ج دوم، چ سوم، تهران.
- رابینز، استیفن، (۱۳۸۳) تئوری سازمان (ساختار، طراحی، کاربردها) ترجمه: الوانی و دانایی فرد، انتشارات صفار، چاپ هشتم، تهران.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۷۲) روش تحقیق در علوم اجتماعی (اصول و مبانی)، انتشارات مؤسسه تحقیقات فرهنگی، جلد اول، چاپ اول، تهران.
- سالاریان زاده، حسین، (۱۳۸۰) سازمان و مدیریت، انتشارات هیات، چاپ سوم، تهران.
- صمدآقایی، جلیل، (۱۳۷۱) سازمانهای کارآفرین، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چ اول، تهران.
- مینتز برگ، هنری، (۱۳۷۷) سازماندهی : پنج الگوی کارسان، ترجمه دکتر ابوالحسن فقیهی، و حسین وزیری، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، چ چهارم، تهران.
- جدی، سوسن و زنجانی، محمد، بهمن ۸۰، موانع توسعه کارآفرینی سازمانی در ایران، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۲۰.

ابطه بین سافتار سازمانی و کارآفرینی سازمانی... .

-جهانگیری، علی، ۱۳۸۲ دولت کارآفرین، نشریه مدیریت دولتی، شماره ۵۱.
- صمدآقایی، جلیل، آبان ۷۷، از کارآفرینی تا جان آفرینی، نشریه کار و جامعه، شماره ۲۷.

-فتحی، سعید، خرداد ۱۳۷۹، تحول فرهنگی گامی به سوی کارآفرینی، مجله تدبیر.
-Drucker, Peter. F. (1984) "our Entrepreneurial economy", Harward Business Review .

-Fry. F (1992)"Entrepreneurshio a Planning Approach" Eglewood Cliffs NY : Prentice-Hall .

-Fry. Fred (1993)"Inrareneurship: Developing Corporate entrepreneurship " chapter 3 .

-Hisrich , Robert. D Peters , Michael P. (1998) "Entepreneurship" (Forth Edition) , New York : Mcgrawhill .

-Hanse. H. (2003) " Introduce and summary of entrepreneurship research". NY: Balling .

-Pettigrew, Andrew, Silvic Massani & Tsuyosh. (2000): Numagami , Innovative Forms of Organising in Europe And Japan , European Management Journal , Vol 18 , No 3 .

-Mintzberg, Henry & James Brain Quinn (1996) , The Strategy Process. New Jercey , Prentice-Hall .