

بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی

زهرا توانگر مروستی: دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

محمدعلی محمدی فر^{*}: عضو هیأت علمی، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

علی اکبر امین بیدختی: عضو هیأت علمی، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

چکیده: کارآفرینی به عنوان پدیده‌ای نوین در اقتصاد، نقش مهمی را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی با میانجیگری عدالت سازمانی می‌باشد. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی که مبتنی بر مدل سازی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان اداری، اعضای هیات علمی و استادان حق التدریس با سابقه کار بیش از سه سال در دانشگاه آزاد فسا بودند، که همه آنان به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌های استاندارد جو سازمانی هالپین و کرافت، کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل، پرسشنامه عدالت سازمانی نیپوف و مورمن، مقیاس هوش هیجانی شوت و همکاران، پرسشنامه ارزش‌های اخلاقی سازمانی آمیکس و همکاران می‌باشد. داده‌ها با استفاده از نرم افزار ۲۴spss و ضریب همبستگی و نرم افزار ۲۴Amos و در سطح معناداری ۰/۰۵ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. هوش هیجانی به عنوان متغیر فردی هیچگونه اثر مستقیم یا غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی نداشت. ارزشهای اخلاقی سازمانی اثر مستقیم نداشت، اما اثر غیر مستقیم با نقش میانجی عدالت سازمانی ($\beta=0/60$) معنادار بود. ارزشهای اخلاقی و جو سازمانی با نقش میانجی عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی موثر است؛ به نحوی که با ایجاد جو مناسب و ایجاد روابط حسنه و دوستانه و تاکید بر دستیابی به اهداف سازمان، شرایط بروز کارآفرینی را مهیا نمایند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی سازمانی، عدالت سازمانی، هوش هیجانی، ارزشهای اخلاقی، جو سازمانی.

^{**}نویسنده‌ی مسؤول: عضو هیأت علمی، گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران.

Email: Alimohammadyfar@semnan.ac.ir

مقدمه

در زمانی که جوامع و سازمان ها با سرعت در حال رشد و تغییر می باشند نیاز به تحول اساسی در مولفه های سازمان برای حفظ موجودیت ضروری می باشد. سازمانها باید بتوانند به سرعت خود را با شرایط جدید سازگار کنند و از فرصتهای موجود حداکثر استفاده کنند. حتی علاوه بر شناسایی فرصتهای موجود باید به خلق آنها نیز بپردازند. کارآفرینی، می تواند یک روش برای ساختن زندگی که در آن افراد با ایده های نو و جدید برای یک نتیجه و محصول و یا خلق یک خدمت تلاش می کنند، و آن ایده ها را به عنوان بخشی از شایستگی های اجتماعی خودشان تشخیص و توسعه می دهند، دیده شود (فلچر و واستون ۲۰۰۷).

هنگامی که فعالیت کارآفرینی توسط فرد یا گروه کارآفرین در داخل یک سازمان انجام بگیرد، به آن کارآفرینی سازمانی گویند. امروزه کارآفرینی یکی از کانال های اصلی برای اجرای توابع پشتیبانی اجتماعی دانشگاه ها است، چیزی که معمولا به عنوان مأموریت سوم آنها شناخته می شود (بین و همکاران ۲۰۱۸).

کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که سازمان طی می کند، تا همه کارکنان بتوانند در نقش کارآفرین انجام وظیفه کنند و تمام فعالیت های فردی یا گروهی را به طور مستمر، سریع و راحت در سازمان به ثمر برسانند. عبارت مدیریت کارآفرینی، تمایل مدیریت به عنوان پی گیری کننده و بهره بردار از فرصتها، بدون در نظر گرفتن کنترل منابع می باشد. ادبیات مربوط به کارآفرینی حاکی از آن است که سازمانهای کارآفرین، توسط یک مجموعه از طرز برخوردهای سازمانی و رفتارهای سازمانی مشخص می گردد (فاکس ۲۰۰۵).

خلاصیت یکی از ابعاد مهم رفتار کارکنان در داخل سازمان است. جو سازمان بیانگر شخصیت یک سازمان است و با توجه به آن می توان رفتار و عملکرد افراد سازمان را پیش بینی کرد. جو مطلوب در سازمانها موجبات رضایت شغلی کارکنان را فراهم می سازد و این

به نوبه خود موجب اثربخشی سازمانها می شود. برای ایجاد جوی مناسب جهت تشویق خلاقیت، باید قدمهایی برداشته شود از جمله پذیرش تغییر، تشویق نظریه های جدید، اجازه تعامل بیشتر، تحمل شکست، ایجاد هدف های روشن و آزادی عمل برای تحقق هدف ها و شناخت افراد خلاق (برومند ۱۳۹۵).

در پژوهشی که با هدف بررسی جو سازمانی به عنوان یک میانجی بین عدالت سازمانی و نقش آن در عملکرد سازمان انجام شد به این نتیجه بدست آمد که حفاظت از منابع انسانی، تحت تاثیر عدالت سازمانی در نقش عملکرد سازمان که در آن تعبیه شده است، عمل می کند. با استفاده از یک نمونه ۲۳۶ نفری کارمند در هند، نتایج نشان داد که جو سازمانی رابطه قوی بین عدالت توزیعی و رویه ای دارد و این جو سازمانی نقش میانجی و پیش بینی کننده قوی برای ابعاد فداکاری و عملکرد مثبت سازمان است (گواش و همکاران ۲۰۱۷).

در تحقیقی که بر روی ۱۳۹ نفر از دانشجویان مراکز آموزش عالی استان قم انجام شد، به بررسی تاثیر اخلاق بر کارآفرینی پرداخته شد، نتایج نشان داد که برخی از ویژگی های کارآفرینانه مانند مرکز کنترل درونی، توفیق طلبی و تحمل شکست با بسیاری از صفات اخلاقی مانند غنیمت شمردن فرصت بلند همتی و مسئولیت پذیری رابطه معناداری دارند (خانی فر و حسینی فرد ۱۳۹۲).

در پژوهشی دیگر تاثیر اخلاق سازمانی بر رفتار کارآفرینانه در سازمان و صنعت بررسی شد، نتایج نشان داد که بین اخلاق سازمانی و رفتار کارآفرینانه در سازمان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد به عبارت دقیق تر می توان گفت بین اخلاق اسلامی و کاهش کاغذبازی، تغییر در رفتار کارکنان، بینش استراتژیک، ایجاد یک محیط کاری با انرژی و محیط حمایتی ارتباط مستقیم و معناداری برقرار است. با توجه مثبت بودن ضرایب همبستگی مشخص می شود که هر چه اخلاق سازمانی افزایش یابد معیارهای رفتار کارآفرینانه بیشتر می شود (عرب شاهی و رضانی ۱۳۹۰).

امروزه یکی از معضلات پیش روی بسیاری از دانشگاه های غیر دولتی، تبدیل شدن آنها به واحدهای زیان ده می باشد، یعنی مجموع درآمدها از هزینه هایشان کمتر می باشد. این پژوهش سعی دارد با دیدی جامع، برای اولین بار، عوامل تاثیر گذار را در سه سطح فردی یعنی هوش هیجانی، سطح گروهی یعنی جو سازمانی و سطح سازمانی که شامل ارزشهای اخلاقی سازمان و عدالت سازمانی به عنوان متغیر میانجی، می باشد را بر روی کارآفرینی سازمانی بررسی کند. لذا هدف از پژوهش حاضر بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فسا با نقش میانجی گری عدالت سازمانی بود.

مواد و روش ها

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی می باشد و از نظر روش انجام کار، جزء تحقیقات توصیفی، از نوع همبستگی می باشد که در آن رابطه بین متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل می گردد و به طور مشخص مبتنی بر مدل یابی معادلات ساختاری (structural equation modeling) است. جامعه آماری تمامی کارکنان اداری، اعضای هیات علمی و استادان حق التدریس با سابقه کار بیش از سه سال در دانشگاه آزاد فسا بودند، که همه آنان به عنوان نمونه انتخاب شدند. که تعداد ۳۳۰ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار گردآوری داده ها، پنج پرسشنامه می باشد که در ادامه به تفصیل شرح داده می شود. جهت رعایت اخلاق پژوهشی، کد اخلاق IR.USWR.REC.1392.185 در کمیته ی اخلاق دانشگاه ثبت شد. برای سنجش جو سازمانی از پرسشنامه Croft و Halpin که دارای ۳۲ گویه و ۸ بعد می باشد استفاده گردید. ابعاد جو سازمانی و ضریب کرونباخ آنها در این پژوهش به شرح زیر است: روحیه گروهی ۰/۶۴؛ مزاحمت ۰/۷۵؛ صمیمیت ۰/۶۰؛ علاقه مندی ۰/۷۲؛ ملاحظه گری ۰/۸۲؛ فاصله گیری ۰/۶۰؛ نفوذ و پویایی ۰/۸۷ و تاکید بر تولید ۰/۸۱. پرسشنامه دوم، ارزش های اخلاقی سازمانی Amyx و Bhuian و

هوش هیجانی کاربرد هوشمندانه احساسات می باشد که مجموعه ای از مهارت ها و ویژگیهای فردی را شامل می شود، معمولاً این ویژگیها را مهارت های درون فردی و بین فردی می نامند. گروهی از اندیشمندان بر این باورند که به منظور عملکردی شایسته تر در سازمان کارکنان، بایستی هم بهره هوشی بالا و هم بهره احساسی بالایی داشته باشند. شناسایی هیجانها، باعث کسب آگاهی نسبت به آنها شده و زمینه را برای درک صحیح هیجان های دیگران مهیا می سازد. کاربرد هیجان ها موجب تولید عقاید، بروز یک احساس یا تقویت روحیه همکاری گروهی می شود و بالاخره درک و فهم هیجان ها باعث دستیابی به بینش، نسبت به انگیزه های افراد شده، ما را به نسبت به نقطه نظر و دیدگاه های دیگران آگاه تر می سازد. سرانجام مدیریت هیجان ها به ما اجازه می دهد تا هیجان های خود را بپذیریم و از اطلاعات ارزشمند به دست آمده به صورت سازنده استفاده کنیم (خاکسر ۱۳۹۳).

عدالت سازمانی رابطه مستقیمی با ادراک کارکنان از انصاف کاری در سازمان دارد. در واقع، این اصطلاح برای توضیح و تفسیر تاثیر انصاف در محیط کاری استفاده می شود. سازمان سیستمی اجتماعی است که برای حفظ بقای آن، نیاز به پیوندی قوی بین اجزا و عناصر تشکیل دهنده آن می باشد. ادراک بی عدالتی اثرات مخربی بر روحیه کار جمعی دارد، زیرا تلاش و کوشش نیروی انسانی و انگیزش کارکنان را تحت تاثیر خود قرار می دهد. بی عدالتی و توزیع غیر منصفانه دستاوردها و ستاده های سازمان، باعث تضعیف روحیه کارکنان می شود. بنابراین، رعایت عدالت رمز بقا و پایداری جریان توسعه و پیشرفت سازمان و کارکنان آن است. یافته های چند تحقیق نشان داده است که بین کارآفرینی نیروی انسانی با ابعاد مختلف عدالت سازمانی (عدالت رویه ای، عدالت توزیعی، عدالت تعاملی) رابطه مثبت معناداری وجود دارد (کاظمی و همکاران ۱۳۹۰؛ زارع و زینلی ۱۳۹۵).

۰/۹۲، نگرش فردی ۰/۷۵، انعطاف پذیری با حذف گویه‌ها ۰/۲۲، ۰/۲۳ و ۰/۲۴: ۰/۶۲، وضعیت پاداش ۰/۹۰، رهبری کارآفرین ۰/۸۹، فرهنگ کار آفرین ۰/۸۹ و نمره کل ۰/۸۲. اطلاعات بدست آمده با استفاده از نرم افزار SPSS 24 و 24 و AIMOS 24 و آزمونهای آماری، ضریب همبستگی پیرسون و مدل یابی معادلات ساختاری تحلیل گردید.

یافته ها

در ابتدا اطلاعات توصیفی متغیرهای ارائه می گردد. بر اساس نتایج حاصله، میانگین هوش هیجانی ۱۱۳/۳۳، ارزشهای اخلاقی ۳۶/۰۴، عدالت سازمانی ۵۵/۱۳، کارآفرینی سازمانی ۱۲۸/۵۵ و ابعاد ۸ گانه جو سازمانی روحیه گروهی ۱۵/۰۶، مزاحمت ۹/۵۹، صمیمیت ۱۵/۹۳، ملاحظه گری ۱۲/۳۱، فاصله گیری ۱۲/۲۷، نفوذ و پویایی ۱۲/۳۵ و تاکید بر تولید ۱۲/۳۴ بوده است. همچنین جدول شماره ۱ نیز ضرایب همبستگی بین متغیرها را گزارش می دهد.

Loveland, Sharma با ۹ سوال و ۴ خرده مقیاس رفتارهای اخلاقی عمومی، اخلاق و موفقیت، تحمل رفتارهای غیر اخلاقی و تنبیه برای رفتارهای غیر اخلاقی مرتبط با منافع شخصی، تشکیل شده است. ضریب کرونیخ ۰/۷۸ برای این متغیر بدست آمد. مقیاس هوش هیجانی سومین پرسشنامه استفاده شده در تحقیق می باشد. این مقیاس توسط Schutte و همکاران ساخته شد. این مقیاس شامل ۳۳ جمله توصیفی می باشد، ۳ خرده مقیاس آن با ضریب آلفا بدین شرح است: تنظیم هیجانی ۰/۷۶؛ ارزیابی و بیان ۰/۷۱؛ بهره برداری ۰/۵۳؛ و نمره کل ۰/۸۶. پرسشنامه عدالت سازمانی Niehoff و Moorman در ۲۰ گویه ساخته شده و شامل سه خرده مقیاس عدالت توزیعی، عدالت رویه ای و عدالت تعاملی می باشد. پایایی آلفای کرونیخ: عدالت توزیعی ۰/۷۷؛ عدالت رویه ای ۰/۸۸ و عدالت تعاملی ۰/۹۴ و نمره کل ۰/۸۵. آخرین پرسشنامه، کارآفرینی سازمانی Margaret Hill می باشد. ۴۸ گویه و ۶ خرده مقیاسرا شامل می شود. که با ضریب کرونیخ به شرح زیر می باشد: افعال سازمانی:

جدول ۱. آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیرها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱	هوش هیجانی												
۲	روحیه گروهی	۰/۴۵**											
۳	مزاحمت	-۰/۰۷	۰/۰۱										
۴	صمیمیت	۰/۴۸**	۰/۵۱**	-۰/۲۲**									
۵	علاقتمندی	۰/۳۸**	۰/۵۱**	۰/۱۱	۰/۴۳**								
۶	ملاحظه گری	۰/۳۱**	۰/۳۲**	-۰/۴۲**	۰/۳۴**	۰/۳۰**							
۷	فاصله گیری	۰/۱۱	۰/۱۴*	۰/۰۸	۰/۱۵*	۰/۲۰**	۰/۱۸*						
۸	نفوذ و پویایی	۰/۲۱**	۰/۳۰**	-۰/۴۰**	۰/۳۳**	۰/۲۹**	۰/۱۸**	۱					
۹	تاکید بر تولید	۰/۱۷*	۰/۱۷*	-۰/۳۵**	۰/۲۸**	۰/۱۹**	۰/۲۱**	۰/۷۰**	۱				
۱۰	ارزش اخلاقی	۰/۳۰**	۰/۲۷**	-۰/۱۱	۰/۲۳**	۰/۱۶*	۰/۱۷*	۰/۱۰	۰/۱۷*	۰/۱۵*	۱		
۱۱	عدالت سازمان	۰/۲۳**	۰/۰۸	-۰/۴۵**	۰/۲۷**	۰/۱۲	۰/۵۵**	۰/۱۸**	۰/۵۸**	۰/۵۹**	۰/۲۳**	۱	
۱۲	کارآفرینی	۰/۲۲**	۰/۰۴	-۰/۱۹**	۰/۲۳**	۰/۱۸*	۰/۴۲**	۰/۰۵	۰/۴۸**	۰/۵۸**	۰/۱۵*	۰/۵۴**	۱

جدول ۱ وجود همبستگی بین متغیرها را نشان می دهد که مجوز لازم را برای انجام تحلیل های آماری بعدی را می دهد. پیش از آزمون مدل معادلات ساختاری، به بررسی مفروضه ها پرداخته شد. با استفاده از نرم افزار SPSS-24 و از طریق نمودار مستطیلی و آماره ماهالانوبیس داده های پرت بررسی و از مجموعه داده ها کنار گذاشته شدند. همچنین، مقادیر کجی و چولگی داده ها نیز بیشتر از ± 1 نمی باشد. استقلال داده ها با آماره دوربین واتسون بررسی و تأیید شد. در بررسی هم خطی چندگانه از همبستگی پیرسون بین زوج متغیرها استفاده شد. با توجه به نظر Tabaknick و Fidell (۲۰۰۱) که همبستگی دو متغیری ۰/۹۰ و بالاتر، هم خطی ایجاد

جدول ۱ وجود همبستگی بین متغیرها را نشان می دهد که مجوز لازم را برای انجام تحلیل های آماری بعدی را می دهد. پیش از آزمون مدل معادلات ساختاری، به بررسی مفروضه ها پرداخته شد. با استفاده از نرم افزار SPSS-24 و از طریق نمودار مستطیلی و آماره ماهالانوبیس داده های پرت بررسی و از مجموعه داده ها

می‌کند؛ این مقدار همبستگی در داده‌های پژوهش حاضر وجود نداشت. همچنین، برای بررسی دقیق‌تر هم‌خطی چندگانه از شاخص‌های اغماض و تورم واریانس (VIF) محاسبه شد. مقادیر شاخص اغماض کوچکتر از حد مجاز ۱۰/۱ و مقادیر شاخص VIF بزرگتر از حد مجاز ۱۰ (استیونس، ۲۰۰۲) نبود. پس از بررسی مفروضه‌ها و حصول اطمینان از برقراری آن‌ها، به منظور ارزیابی مدل مورد بررسی از مدل معادلات ساختاری استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۵ ملاحظه می‌شود؛ شاخص‌های قبل از پیرایش نشان می‌دهد که مدل در ابتدا از برازش مطلوبی برخوردار نبود. پس از انجام اصلاحات و حذف مسیرهای غیرمعنادار از جمله مسیر صمیمیت و علاقمندی به عدالت سازمانی و کارآفرینی، ارزش‌های اخلاقی به کارآفرینی، فاصله‌گیری به عدالت سازمانی و ملاحظه‌گری به کارآفرینی، برازش مدل مطلوب شد. در شکل ۱ مدل اصلاح شده را مشاهده می‌کنید. با توجه به جدول شماره ۳، با بررسی اثرات مستقیم جو سازمانی بر کارآفرینی سازمانی، مزاحمت با ضریب $(\beta = -0/19)$ با توجه به مقدار $t = -2/84$ ، در سطح $0/05$ معنادار بود. تاکید بر تولید $(\beta = 0/40)$ و $t = 4/98$ در سطح

۰/۰۰۱ معنادار شد. فاصله‌گیری $(\beta = -0/16)$ ، و مقدار $t = -2/79$ در سطح $0/05$ معنادار بود. همچنین عدالت سازمانی با ضریب $(\beta = 0/49)$ با توجه به مقدار $t = 3/95$ ، در سطح $0/001$ اثر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی داشت.

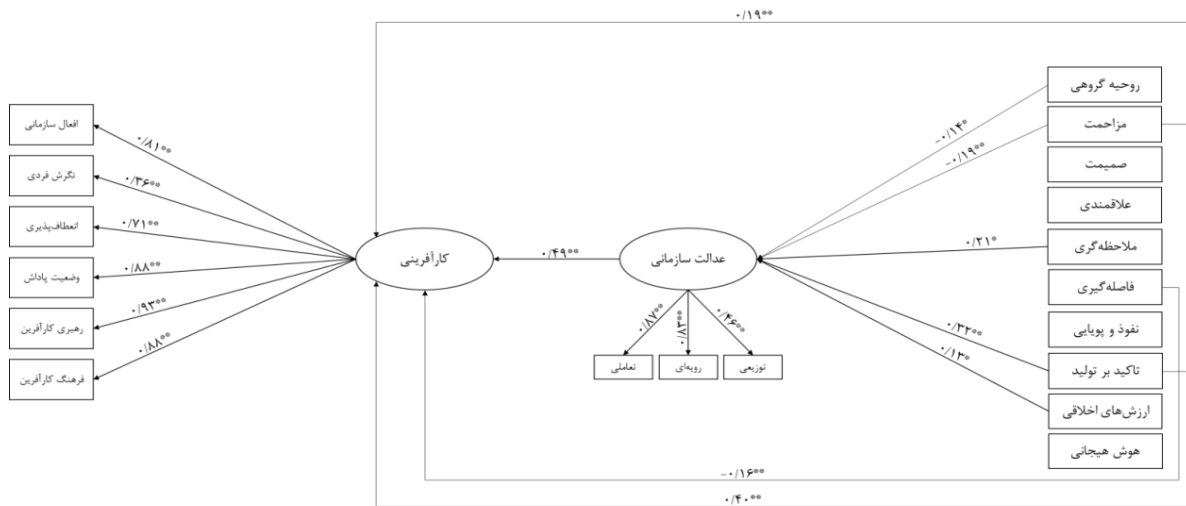
در انتهای جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که با بررسی متغیر جو سازمانی، جو مزاحمت علاوه بر اثر مستقیم، با اثر غیر مستقیمی که با میانجی‌گری عدالت سازمانی بر کارآفرینی داشته ضریب اثر $(\beta = -0/28)$ افزایش یافته که در سطح $0/03$ معنادار است. همچنین تاثیر جو تاکید بر تولید نیز با واسطه‌گری عدالت سازمانی افزایش یافته $(\beta = 0/55)$ که در سطح $0/06$ معنادار بود. جو روحیه گروهی با ضریب $(\beta = -0/06)$ و سطح معناداری $0/02$ و ملاحظه‌گری با ضریب $(\beta = 0/10)$ و سطح معناداری $0/02$ به واسطه میانجی‌گری عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی اثرگذار بودند. در نهایت ارزشهای اخلاقی نیز با ضریب $(\beta = 0/06)$ با سطح معناداری $0/07$ با میانجی‌گری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی سازمانی داشت.

جدول ۲. ضرایب اثرات مستقیم و غیر مستقیم موجود در مدل با واسطه میانجی‌گری عدالت سازمان

مسیر	مقدار برآورد	مقدار استاندارد	خطای استاندارد	T	P
هوش هیجانی بر کارآفرینی	۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۸۱	۰/۴۲
هوش هیجانی بر عدالت سازمانی	۰/۰۲	۰/۱۲	۰/۰۱	۱/۸۶	۰/۰۶
ارزش‌های اخلاقی بر کارآفرینی	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۷	-۰/۰۰۳	۰/۹۹
ارزش‌های اخلاقی بر عدالت سازمانی	۰/۰۵	۰/۱۳	۰/۰۲	۲/۱۵	۰/۰۳
روحیه‌ی گروهی بر کارآفرینی	-۰/۲۲	-۰/۱۰	۰/۱۲	-۱/۸۷	۰/۰۶
روحیه‌ی گروهی بر عدالت سازمانی	-۰/۰۹	-۰/۱۴	۰/۰۴	-۲/۰۹	۰/۰۴
مزاحمت بر کارآفرینی	-۰/۳۰	-۰/۱۹	۰/۱۱	-۲/۸۴	۰/۰۰۵
مزاحمت بر عدالت سازمانی	۰/۱۰	-۰/۱۹	۰/۰۳	-۲/۷۶	۰/۰۰۶
صمیمیت بر کارآفرینی	۰/۱۴	۰/۰۶	۰/۱۶	۰/۸۸	۰/۳۸
صمیمیت بر عدالت سازمانی	۰/۰۱	۰/۰۲	۰/۰۵	۰/۲۵	۰/۸۰
علاقتمندی بر کارآفرینی	۰/۱۳	۰/۰۷	۰/۱۴	۰/۹۸	۰/۳۳
علاقتمندی بر عدالت سازمانی	-۰/۰۲	-۰/۰۳	۰/۰۵	-۰/۳۸	۰/۷۱
ملاحظه‌گری بر کارآفرینی	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۱۵	۰/۳۵	۰/۷۲
ملاحظه‌گری بر عدالت سازمانی	۰/۱۰	۰/۲۱	۰/۰۵	۲/۲۶	۰/۰۲
فاصله‌گیری بر کارآفرینی	-۰/۳۲	-۰/۱۶	۰/۱۱	-۲/۷۹	۰/۰۰۵

۰/۱۳	۱/۵۰	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۰۶	فاصله‌گیری بر عدالت سازمانی
۰/۳۸	۰/۸۷	۰/۱۶	۰/۰۸	۰/۱۴	نفوذ و پویایی بر کار آفرینی
۰/۰۶	۱/۸۸	۰/۰۵	۰/۱۹	۰/۰۹	نفوذ و پویایی بر عدالت سازمانی
۰/۰۰۰۱	۴/۹۸	۰/۱۳	۰/۴۰	۰/۶۳	تاکید بر تولید بر کار آفرینی
۰/۰۰۰۱	۳/۴۹	۰/۰۵	۰/۳۲	۰/۱۶	تاکید بر تولید بر عدالت سازمانی
۰/۰۰۰۱	۳/۹۵	۰/۳۹	۰/۴۹	۱/۵۴	عدالت سازمانی بر کار آفرینی

در مدل نهایی پژوهش در تصویر ۱ کلیه مسیرهایی که معنادار شده اند را مشاهده می کنید.



نمودار ۱. مدل نهایی پژوهش

بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش هدف بررسی عوامل موثر بر کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فسا با نقش میانجی‌گری عدالت سازمانی بوده است. که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها نتایج نشان داد که در مدل پیشنهادی پژوهش، شاخصهای برآزش نسبتاً خوبی حاصل شده است. ضرایب بدست آمده برای مسیرهای بین متغیرها نتایج زیر نشان داد. فرضیه اول بعد فردی متغیر هوش هیجانی مورد بررسی قرار گرفت که اثر مستقیم و غیر مستقیم آن بر متغیر کارآفرینی در مدل معادلات ساختاری تایید نگردید، که می‌توان بیان کرد که این متغیر علی‌رغم وجود ضریب همبستگی مثبت و معنادار با متغیرهای ملاک یعنی عدالت سازمانی و کارآفرینی، در حضور سایر متغیرها که ویژگیهای سازمانی را نشان می‌دادند، اثر معناداری نداشته است. می‌توان این موضوع را چنین تبیین کرد که متغیرهای سازمانی نقش قویتر و موثرتری داشته‌اند و

هوش هیجانی افراد سازمان توان تاثیر و ابراز وجود در کنار آنها را نداشته است. بنابراین فرضیه اول پژوهش بر خلاف انتظار محققین رد می‌شود. در حالی که بسیاری از پژوهشها رابطه بین هوش هیجانی و کارآفرینی تایید شده است (پورکیانی، امیری و آذرپور ۱۳۹۱؛ دیویس و پناکه ۲۰۱۴).

این نتیجه ناهمسو در مطالعه کنونی شاید ناشی از ابزار تحقیق، جامعه آماری، شرایط کاری متفاوت و یا فرهنگ حاکم در محیط کاری باشد. در عصر حاضر با توجه به تغییر و تحولات سازمان‌ها نیروی انسانی عاملی مهم و راهبردی در افزایش اثربخشی و کارایی به حساب می‌آید. نیروی انسانی متعهد به اهداف سازمانی با رفتاری کارآفرینانه نه تنها می‌تواند عامل برتری سازمانها به شمار آید بلکه به عنوان مزیت رقابتی نسبت به سایر سازمان‌های در نظر گرفته می‌شود یکی از مواردی که در هر سازمان مطرح می‌شود هوش هیجانی کارکنان و

برداشت آنها از جو کارآفرینانه تاثیر بسیار زیادی بر فعالیت کارآفرینانه دانشکده خواهد داشت (لیانو ۲۰۰۶).

جو نفوذ و پویایی، صمیمیت و علاقه مندی تاثیر مستقیم و یا غیر مستقیمی بر کارآفرینی سازمانی نداشتند. شاید بتوان گفت که آزمودنی ها در پاسخگویی به بعضی از قسمتهای پرسشنامه ها در مورد مدیر سازمان، مدیر بلافصل خویش (مدیران میانی) را مدنظر داشتند و بعضی قسمتها هیات رئیسه دانشگاه، که این موضوع می تواند در نتایج تحقیق تاثیر گذار باشد. فرضیه سوم مربوط به بررسی تاثیر ارزش های اخلاقی سازمان بر کارآفرینی می باشد. این متغیر دارای ضریب همبستگی مثبت و معنادار با کارآفرینی سازمانی می باشد اما با قرار گرفتن در مدل معادلات ساختاری اثر مستقیم بر آن نداشت ولی با میانجیگری عدالت سازمانی اثر غیر مستقیم بر کارآفرینی داشت. تحقیقات زیادی رابطه بین ارزشهای اخلاقی سازمان و کارآفرینی سازمان را تایید کرده اند (خانی فر و حسینی فرد ۲۰۱۳؛ عرب شاهی و رضانی ۱۳۹۰).

محققان اخلاق سازمانی اینگونه استدلال می کنند که روش غیر اخلاقی سازمانی؛ باعث ترویج و گسترش رفتارهای مضر و خطرناک مانند دروغ و تقلب در سازمان می شود. وجود اخلاق کاری در میان کارکنان می تواند زمینه ای را فراهم آورد که دلبستگی و علاقه به کار پشتکار و جدیت در کار روابط انسانی و روح جمعی و انسانی در سازمان برقرار شود در نتیجه این شرایط می توان شاهد توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ها بود (محرمی زاده و فتاحی ۱۳۹۶).

کارآفرینان سازمانی مایلند متناسب با تلاش، توانایی ها و مخاطراتی که در بوجود آوردن یک کار جدید به عهده می گیرند، پاداش مناسبی به آنها اعطا شود. این پاداش ها باید بر اساس میزان دست یابی به اهداف پرداخت گردد (هادی زاده مقدم ۱۳۸۹).

در این پژوهش برخی از محدودیت ها وجود داشت که تعمیم پذیری نتایج را محدود می کند. اول اینکه مطالعه حاضر ماهیت مقطعی دارد بنابراین طرح های استنتاج

مدیران سازمان است اخیراً هوش هیجانی بیش از قبل مورد توجه دانشمندان قرار گرفته و نتایج حاصل از تحقیقات نشان می دهد که در موفقیت افراد و سازمان ها، هوش هیجانی دست کم به اندازه ضریب هوشی افراد موثر است و شواهد جدید نشان دهنده این موضوع است که در قرن بیست و یکم هوش هیجانی موجب تحولات خواهد شد (نقابی و بهادری ۱۳۹۱).

در فرضیه دوم به بررسی تاثیر ۸ نوع جو سازمانی، پرداخته شده است. جو مزاحمت، وضعیت است که در آن کارکنان احساس می کنند که طرز اداره سازمان، مشکلاتی برای آنها به وجود می آورد. نتایج نشان داد که این متغیر اثر مستقیم و منفی هم بر عدالت سازمانی و هم بر کارآفرینی دارد. همچنین با واسطه عدالت سازمانی مقدار این اثر بیشتر هم شده است. بدین معنا که هر جا کارکنان مزاحمت بیشتری از مدیر دیده اند عدالت سازمانی کمتری را گزارش نموده اند و تمایل کمتری برای کارآفرینی سازمانی داشته اند. تاکید بر تولید، زمانی است که مدیر دستورهای زیادی صادر می کند و به نظارت مستقیم کار زبردستان می پردازد. این متغیر اثر مستقیم و مثبت هم بر عدالت و هم بر کارآفرینی سازمان داشت. که با میانجی گری عدالت سازمانی اثر آن بر کارآفرینی بیشتر هم شد. در تبیین این موضوع می توان اشاره کرد که سطوح خاصی از فشار کاری تاثیر مثبت بر نوآور بودن دارد (آماییل ۱۹۹۷).

تحقیقات بر روی تاثیرات جو موجود در دانشگاه بر رفتارهای کارآفرینانه نشان داد نگرش مثبت به کارآفرینی دانشگاه اثر مثبتی بر گرایش به آن در محیط های دانشگاهی دارد نقش محیط و جو کارآفرینانه و در این زمینه بسیار حیاتی دانسته است و جو دانشگاهی مناسب برای کارآفرینی را شامل حمایت مدیریت، صداقت، ریسک پذیری و تحمل ریسک سیستم پاداش منابع و ساختار سازمانی حامی می داند وی معتقد است اعضای هیئت علمی دانشگاه نقش مدیران میانی را بازی می کنند و واسط مدیران ارشد و دانشجویان هستند و درک و

کارکنانش و فواید آن در مطالعات مختلف و به ویژه در مطالعات رهبری بسیار اشاره شده است. مدیران می توانند با مشارکت دادن کارکنان در تصمیم گیری های درون سازمانی مانند انتخاب سرپرست مستقیم، اعطای آزادی عمل در چارچوب های تعریف شده، نظرسنجی در رابطه با جنبه های مختلف شغلی مانند ارتقای شغلی، اعطای پاداش، حل مشکلات سازمانی، توزیع پست های سازمانی احساس و ادراک عدالت را افزایش دهند و جوی مناسب ایجاد کنند. اگر کارکنان بر این باور باشند که روابط عادلانه و منصفانه در سازمان جاری می باشد تمایل بیشتری دارند که بارکاری بیشتری را تحمل کنند.

در نهایت، توانایی های دانش آموختگان با نیازهای بازار کار انطباق داده شود و مهارت هایی که کاربرد چندانی در سازمانها و بازار کار ندارند، حذف شوند و مهارتهای مرتبط از طریق دوره های کاربردی به صورت کارگاهی آموزش داده شود.

References:

- Amabile T M 1997. Motivating creativity in organizations: on doing what you love and loving what you do. California. *Management Review*. Vol. 40, No. 1, Pp. 39- 58.
- Arabshahi Karizi A, Ramazani A 2011. The Impact of Organizational Ethics on Entrepreneurial Behavior in Organization and Industry, *Journal New Quarterly of Management and Accounting*. Vol. 3, No, 8.
- Bin A, de Oliveira Gavira M, Botelho Figueira J, et all 2018. Profile of academic entrepreneurship in Brazil: Evidence from the evaluation of former holders of undergraduate research, master and PhD scholarships. *Innovation & Management Review*. Vol. 15, No. 4, Pp. 394-415.
- Boroumand Z 2016. Management of Organizational Behavior]. Payam Noor Publications. 23th Edition, Tehran.

های علی و معلولی، بر اساس یافته های آن برای ممکن نیست. بر این اساس به محققان علاقه مند توصیه می شود با استفاده از طرح تحقیقاتی آینده نگر که در آن اندازه گیری متغیرها در فواصل زمانی متفاوت انجام می شود، روابط علی بین متغیرها را بیازمایند و از طرح تحقیق طولی استفاده کنند. نتایج مطالعه حاضر مانند بسیاری از مطالعات دیگر به دلیل استفاده از ابزارهای خود گزارشی به جای مطالعه رفتار واقعی ممکن است، مشارکت کنندگان به جای گزارش واقعی به بیان ایده آلهای پرداخته باشند بنابراین پیشنهاد می شود که از سایر روشهای جمع آوری اطلاعات نیز استفاده شود. سوم با توجه به اینکه نمونه مطالعه حاضر از بین کارکنان و اساتید دانشگاه آزاد فسا انتخاب شدند بنابراین در تعمیم دهی نتایج آن باید احتیاط کرد و این پژوهش بر روی سایر واحد ها نیز انجام شود. چهارم با توجه به تاثیر فرهنگ هر جامعه در تفسیر متغیرهای پژوهش می توان به بافت فرهنگی هر منطقه به عنوان محدودیت پژوهش توجه کرد.

به طور کلی نتایج تحقیق نشان داد که شدت تاثیر عوامل گروهی و سازمانی بر کارآفرینی از عامل فردی هوش هیجانی بیشتر است. لذا برای داشتن سازمانی کارآفرین در دانشگاه ها نیاز به مدیرانی آگاه و متعهد به رعایت اخلاق و ارزشهای انسانی هست که بتوانند با به وجود آوردن جوی دوستانه و حمایتگر همراه با تاکید بر کار و تولید، کارکنان را به نشان دادن حداکثر توانایی خود ترغیب کنند. ادراک عدالت سازمانی از طرف کارکنان به عنوان یک متغیر میانجی می تواند به بهبود عملکرد کارکنان منجر شود. از آنجایی که در این پژوهش علاوه بر تاثیر مستقیم عدالت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی، نقش میانجی گری آن بین ارزشهای اخلاقی سازمان و جو سازمانی با کارآفرینی سازمانی، نیز تایید شد، بنابراین بهتر است مدیران تا حد ممکن مسائل و مشکلات کارکنان را از نزدیک بررسی کنند و آنان را به صورت شفاف در جریان مسائل مرتبط با حقوق، دستمزد و پاداش ها قرار دهند. در نظریه های مدیریتی نقش ارتباط نزدیک مدیر با

- Khanifar H, Hosseinifard S M, Dehghan Ashkari, M.J, et all 2013. Investigating the Relationship between Entrepreneurial Characteristics and Islamic Ethical Traits (Case Study of Qom Higher Education Students)]. *Journal of Entrepreneurial Developmen*. Vol. 5, No. 4. [In persian].
- Llano A 2006. The Universiyy Enviroment and Academic Enterpreneurship : A behavioral model For Measuring Environment Success. Stevens Institute of Technology. Available from www.Chery.gatech.edu/t 2006/papers/ llano-1057-T.polf.
- Lovelace K, Shapiro L, Weingart R 2011. Maximizing cross-functional new product teams innovativeness and constraint adherence: a conflict communications perspective. *Academy of Management Journal*. Vol. 4, No. 44, Pp. 779-793.
- Merkowitz RF, Earnest GW 2006. Emotional intelligence: a pathway to self-understanding and improved leadership capacities. *Journal of Extension*. Vol. 4, No. 44.
- Moharramzadeh M, Fatahi H 2017. The Relationship between Work Ethics and Entrepreneurial Entrepreneurship. *Journal of Ethics in Science and Technology*. No. 3. [In persian].
- Neqabi S, Bahadori M 2012. Relationship between emotional intelligence and entrepreneurial Behavior. *Journal of military medicine*. Vol. 14, No. 2, Pp. 123-128. [In persian].
- Pourkiani M, Amiri A, Azarpour F 2012. Investigating the Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Entrepreneurship among University of Science Staff Kerman Medical School. *Journal of Health and Development*. Vol. 2, No. 3, Pp. 214-222. [In persian].
- Davis PE, Peake WO 2014. The influence of political skill and emotional intelligence on student entrepreneurial intentions: an empirical analysis, *Small business institute journal*. Vol. 10, No. 2, Pp. 19-34.
- Dessler G 2007. Human Resource Management. 11th ed. Published by Prentice Hall Hardcover.
- Fletcher DE, Watson TJ 2007. Entrepreneurship, management learning and negotiated narratives: 'Making it otherwise for us—otherwise for them'. *Management Learning*. Vol. 38, No. 1, Pp. 9-26.
- Fox JM 2005. Organizational entrepreneurship and the organizational performance linkage in university extension: The Ohio State University.
- Ghosh D, Sekiguchi T, Gurunathan 2017. Organizational embeddedness as a mediator between justice and in-role performance. *Journal of Business Research*. Vol. 75, Pp. 130-7.
- Hadizadeh Moghaddam A, Ramin Mehr H, Hosseini S 2009. Investigating the Relationship between Emotional Intelligence and Entrepreneurial Tendency Case Study Oil Company Affiliates. *Journal of Entrepreneurship Development*. Vol. 1, No. 4, Pp. 139-162. [In persian].
- Kazemi S, Taktam A, Mohammadi Y 2011. Investigating the Role of Organizational Entrepreneurship with Organizational Justice in Small Companies in South Khorasan. [In persian].
- Khaksar F 2004. The relationship between emotional intelligence and performance and career advancement [Thesis in Persian]. Khorasan Islamic Azad University Khorasgan Branch, *Faculty of General Psychology*. [In persian].

the mediating role of organizational justice and job values. *Journal of New Approach in Educational Management*. Vol. 7, No. 27, Pp. 61-74. [In persian].
Zare A, Zeinali M 2016. Relationship between Organizational Atmosphere and Entrepreneurship Level in Physical Education High School. *Journal of Physical Education Studies and Sport Sciences*. Vol. 1, No. 4. [In persian].

Rezaei Dizegah M, Alipour H, Rahimi Dinachali A 2011. Relationship between Dimensions of Organizational Justice and Organizational Entrepreneurship in Small Companies. *Journal of Beyond Management*. No. 16. [In persian].
Sarmadi M R 2016. Presenting the causal model of Islamic work ethics and organizational commitment with

Factors Affecting Organizational Entrepreneurship

Zahra Tavangar Marvasti: Ph.D. Student of Educational Management, Department of Psychology and Educational Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

Mohmmadali Mohmmadi Far*: Faculty Member, Department of Psychology and Educational Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

Aliakbar Aminbeidokhti: Faculty Member, Department of Psychology and Educational Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

Abstract: Entrepreneurship as a new phenomenon in the economy plays an important role in the economic development and development of countries. Hence, the purpose of the present study was to investigate the factors affecting organizational entrepreneurship through mediating organizational justice. The research method was descriptive-correlational based on structural equation modeling. The statistical population included all administrative staff, faculty members and professors with more than three years of experience in Fasa Azad University, all of whom were selected as sample. Hereupon, data collection tools were Halpin and Craft organizational climate questionnaires, Marguerite Hill organizational entrepreneurship questionnaire, Nihof & Mor man organizational justice questionnaire, Shout et al. Emotional intelligence scale, Amics et al. Then, the data were analyzed by SPSS24 software, correlation coefficient and Amos24 software that it was at the significant level of 0.05. Emotional intelligence as an individual variable had no direct or indirect effect on organizational entrepreneurship. Organizational ethical values had no direct effect, although indirect effect was significant with mediator role of organizational justice ($\beta = 0.60$). The ethical values and organizational climate with the mediating role of organizational justice were effective on organizational entrepreneurship, therefore, in the way that by creating the right atmosphere and creating nice and friendly relationships and emphasizing on achieving the goals of the organization, the conditions of entrepreneurship will be created.

Key words: Organizational Entrepreneurship, Organizational Justice, Emotional Intelligence, Ethical Values, Organizational Climate.

***Corresponding author:** Faculty Member, Department of Psychology and Educational Sciences, Semnan University, Semnan, Iran.

Email: Alimohammadyfar@semnan.ac.ir