

ارزیابی کارآفرینی سازمانی در صنعت فرش ماشینی

محمد رضا محرر کوچه باغی^{۱*}، شهرام میرزائی دریانی^۲

^۱ کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی الغدیر، گروه مهندسی صنایع، تبریز، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۲ استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اردبیل، گروه مدیریت، اردبیل، ایران

تاریخ دریافت: اسفند ۱۳۹۵، اصلاحیه: اردیبهشت ۱۳۹۶، پذیرش: خرداد ۱۳۹۶

چکیده

هدف پژوهش حاضر، ارزیابی کارآفرینی سازمانی در صنعت فرش ماشینی در دو شرکت فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال است و جامعه آماری، کارشناسان هر دو شرکت است. ابزار اندازه گیری، پرسشنامه کارآفرینی سازمانی شامل ۵۷ گویه، دربردارنده سوالاتی بر اساس عوامل فردی و عوامل سازمانی است. برای روایی سنجی محتوایی پرسشنامه‌ها از نظرات اساتید دانشگاهی و متخصصان استفاده شده و برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که پایایی مولفه‌ها و پرسشنامه تایید شده است. پس از بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها بوسیله آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آماره‌های چولگی و کشیدگی، با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای، وضعیت عوامل فردی و عوامل سازمانی در هر دو شرکت به تفکیک مورد بررسی قرار گرفته و با استفاده از آزمون تی نمونه مستقل، تفاوت وضعیت عوامل کارآفرینی در دو شرکت مورد بررسی قرار گرفته است. برطبق یافته‌ها، در هر دو شرکت مولفه شخصیت پایین تر از حد متوسط بوده و به عنوان مانع کارآفرینی در هر دو شرکت محسوب می‌شود. از میان عوامل سازمانی، برای هر دو شرکت، تمام مولفه‌های سازمانی، بالاتر از حد متوسط بوده و هیچ مولفه‌ای به عنوان مانع کارآفرینی سازمانی شناسایی نگردید.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، خلاقیت و نوآوری، صنعت فرش ماشینی

۱-مقدمه

دستیابی به یک سیستم توزیع جدید، پیاده کردن یک شیوه مدیریتی نوین و غیره [۳]. آیرلند و همکاران^۲ در سال ۲۰۰۶ بیان کردند که برای دستیابی به مزیت‌های رقابتی مه امروز و فردای سازمانها را تامین و تضمین کند، نیازمند نهادینه سازی نوآوری در درون خود هستند و این ممکن نیست جز از طریق کارآفرینی سازمانی [۱۴]. رقابت شدید و تنگاتنگ بین شرکت‌ها و سازمان‌ها و کاهش کارآمدی مدیریت سنتی در این عرصه و رشد سریع شرکت‌های کوچک سبب شد که سازمانها اهمیت ویژه‌ای برای نوآوری قائل شوند، زیرا نوآوری را تنها ضامن بقا در عرصه رقابت می‌دانستند. از این رو سعی کردند افراد خلاق و کارآفرین را که پدید آورندگان اصلی محصولات و خدمات نو در سازمانها بودند، ترغیب و تشویق کنند که در سازمان بمانند و ایده‌های خود را در سازمان محقق سازند [۶].

یکی از مشکلات در سازمانها همانا ایجاد جو نوآورانه و خلاق می‌باشد که به نحوی از آن تعبیر به کارآفرینی می‌شود. این عنوان همیشه از این نظر مورد تأکید است که محیط‌های امروزی دائماً در حال تغییر و تحول

کارآفرینی فرآیند کسب سود از طریق ترکیب جدید و منحصر به فرد و ارزشمند از منابع در محیطی همراه با ابهام و عدم قطعیت است. کارآفرینی را می‌توان کشف، ارزیابی و استفاده از فرصت‌ها به منظور تولید کالاها و خدمات قابل ارائه در آینده دانست. در حقیقت کارآفرینی به معنی مطالعه فرصت‌ها است. در دنیای کنونی برای سازمانها و شرکت‌ها، رقابت و ماندن در بازار و ادامه حیات شرکت و کسب حداکثر سود، از مهم ترین اهداف آنها می‌باشد. [۱۷] به همین دلیل محققان معتقدند که کارآفرینی سازمانی به راحتی می‌تواند این ابزار رقابتی و کسب سود را برای سازمانها فراهم آورد. امروزه کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که فعالیت‌های سازمانی را به سمت خلاقیت، نوآوری، مخاطره پذیری و پیشتازی^۱ سوق می‌دهد. بسیاری از محققان خلاقیت و نوآوری را به عنوان کانون فعالیت‌های کارآفرینانه در نظر می‌گیرند و معتقدند که کارآفرینان سازمانی، نوآوران و مولدان ایده هستند و نتایج این نوآوری‌ها عبارتست از محصولات یا خدمات جدید، بازارها یا فرآیندهای جدید،

*moharrermreza38@gmail.com

2-Ireland & Others

1-Proactiveness

هستند. سازمان‌هایی در این محیط به حیات خود ادامه خواهند داد که دارای پویایی خاصی از بعد کارآفرینی باشند که در این صورت در میدان رقابت در برابر رقبای دوام خواهند آورد. [۶].

درک صحیح ظرفیت‌های کارآفرینی سازمانی به عنوان یک حوزه معتبر و موثر جهت تحقیق و مطالعه، فواید ملموسی را برای صاحب نظران این مقوله خواهد داشت، زیرا نتایج حاصل از تحقیقات ایشان می‌تواند تاثیر بسزایی بر عرصه کارآفرینی سازمانی به عنوان یک استراتژی مهم داشته باشد. [۴]. یادگیری به طور مستقیم قابل مشاهده نیست اما از آثار رفتار دیگران استنتاج می‌گردد [۲]. مسلماً افرادی که خلاقیت بالایی دارند، افرادی هستند که همیشه به دنبال روش‌هایی برای یادگیری، بهتر و بهینه انجام دادن کارها و حل مبتکرانه مشکلات در سازمان می‌باشند. در این پژوهش به ارزیابی کارآفرینی سازمانی در دو کارخانه فرش زمرد کاشان و کارخانه فرش ابریشم شمال و ارائه راهکارهای بهبود پرداخته شده است.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اصطلاح کارآفرینی در معنا و مفهوم فعلی را اولین بار «ژوزف شومپتر» به کار برد. این اقتصاددان اتریشی‌الاصول ساکن آمریکا که او را پدر علم کارآفرینی می‌نامند، بر این باور بود که رشد و توسعه اقتصادی در یک نظام، زمانی میسر خواهد بود که افرادی در میان دیگر احاد جامعه با خطرپذیری به نوآوری دست بزنند و با این کار، روش‌ها و راه‌حل‌های جدید و کارآمد را جایگزین راهکارهای ناکارآمد و کم‌بهره قبلی کنند. [۲۰]. کارآفرینی یکی از واژه‌هایی است که تعریف واحدی برای آن وجود ندارد و از ابتدای طرح آن در محافل علمی، تعاریف متفاوتی از دیدگاه‌های گوناگون برای آن ارائه شده است [۱]. وجود تفاوت‌ها در تعریف کارآفرینی از سویی نشان دهنده گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلفی مورد بررسی قرار گیرد و از سوی دیگر نشان دهنده پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدل‌ها، تئوری‌ها و نظریات متفاوتی را فراهم می‌آورد.

بنا بر تعریف واژه نامه دانشگاه وبستر^۱: کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند.

مفهوم کارآفرینی سازمانی طی چهار دهه گذشته تکامل یافته و تعاریف مختلفی از آن ارائه شده است. تحقیقات اولیه کارآفرینی در دهه ۱۹۷۰ بر تیم‌های کارآفرین^۲ متمرکز بوده و به بررسی اینکه کارآفرینی چگونه در سازمان‌های موجود می‌تواند ایجاد شود، می‌پرداخت [۳]. در این دهه همزمان با ناکارآمدی فرآیندهای اداری و دیوان سالاری در سازمان‌ها، فعالیت‌های کارآفرینانه مورد توجه مدیران ارشد سازمان‌ها قرار گرفت و آنان درصدد برآمدند چنین فعالیت‌هایی را در ساختار اداری سازمان‌ها

تزیق نمایند [۹].

در سال ۱۹۷۰ "کالینز" و "مور"^۳ اولین محققینی بودند که در مطالعات خود، بین کارآفرینان مستقل و اداری تمایز قائل شدند و اینطور عنوان کردند که کارآفرینان مستقل، سازمان‌های جدیدی را بطور مستقل ایجاد می‌کنند در حالیکه کارآفرینان اداری^۴ در درون سازمان‌های موجود دست به نوآوری می‌زنند [۱].

"سوسپائر" در سال ۱۹۷۳ برای تشریح کارآفرینی در سازمان‌ها واژه " کارآفرینی درون سازمانی"^۵ را ابداع و اشاره نمود که این فرآیند شامل تاسیس واحدهای نسبتاً مستقل در درون شرکت‌ها می‌باشد و به اعضای شرکت اجازه می‌دهد تا با همان روحیه، آزادی عمل و تعهد همانند شرکت‌های کوچک فعالیت نمایند.

"وسپر" در سال ۱۹۸۰ کارآفرینی را به صورت کارآفرینی داخلی^۶ و کارآفرینی مستقل^۷ تقسیم بندی نمود 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 [۱۶].

"پینکات" [۱۵] در سال ۱۹۸۵ از ترکیب واژه‌های *Intrapreneurship* و *Corporate* و *Intra* و *Entrepreneurship* واژه *Intrapreneurship* را ابداع نمود و کارآفرین سازمانی را فردی تعریف نمود که در سازمان‌های بزرگ همچون یک کارآفرین مستقل فعالیت می‌نماید و فعالیت وی ایجاد واحدهای جدید در سازمان، ارائه محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید می‌باشد که شرکت‌ها را به سوی رشد و سودآوری سوق می‌دهد [۱].

لازم به ذکر است که امروزه کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی شرکتی به عنوان دو استراتژی متفاوت برای ایجاد تحول در شرکت‌ها مطرح می‌باشند. بطوری که اگر یک فرد آغازگر فعالیت‌های مخاطره آمیز در شرکت باشد به این فرآیند کارآفرینی سازمانی و به فرد مورد نظر کارآفرین سازمانی^۸ گفته می‌شود و اگر کل شرکت و کارکنان دارای روحیه کارآفرینی شوند، از آن به عنوان کارآفرینی شرکتی^۹ نام برده می‌شود [۱۳].

تحقیقات ارتباط میان کارآفرینی سازمانی و عوامل مختلف عملکردی را نشان می‌دهد. به عنوان مثال، مطالعات تاثیر کارآفرینی سازمانی بر عوامل گوناگون عملکردی مانند خلق ثروت، رشد و بهره‌وری [۱۰] و نقش مدیریت در عملکرد مالی از طریق کارآفرینی سازمانی [۱۵] را مورد بررسی قرار داده‌اند. شرکت‌ها می‌توانند از طریق تشویق کارکنان و ترغیب آنها به رفتاری همانند «کارآفرینان داخلی سازمان» باعث شوند که آنها در جهت افزایش سود، نوآوری کنند و سپس به این افراد آزادی عمل داده شود تا بتوانند بدون درگیری با قوانین و مقررات دست و پاگیر

3-our

4-Administrative Entrepreneurs

5-Intra – Corporate Entrepreneurship

6-Internal Entrepreneurship

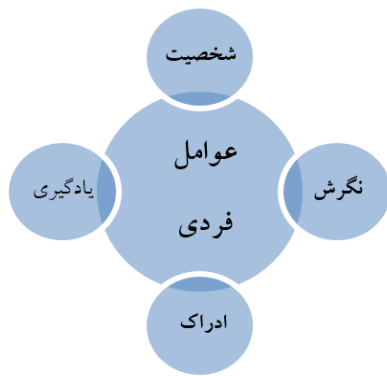
7-Independent Entrepreneurship

8-Intrapreneur

9-Corporate Entrepreneurship

1-Webster's New Collegiate Dictionary

2-Venturing Teams



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

۳-۱ روش شناسی، اهداف و سوالات

روش گردآوری اطلاعات برای تدوین مبانی نظری و پیشینه پژوهش، از نوع کتابخانه‌ای و روش گردآوری داده‌ها برای پاسخ به سوالات از نوع میدانی (پیمایشی) می‌باشد. همچنین از نظر روش توصیفی - پیمایشی، از لحاظ هدف جزو تحقیقات کاربردی، از نظر زمانی از نوع مقطعی، از نظر روش اجرا از نوع استقرائی و از نظر موضوعی، در ردیف تحول، توسعه و بالندگی سازمانی می‌باشد.

۳-۲ جامعه آماری، حجم نمونه و نمونه‌گیری

جامعه آماری، کارشناسان هر دو شرکت بوده و برای انتخاب نمونه آماری هر شرکت بطور مجزا، با استفاده از فرمول کوکران، تعداد حجم نمونه، ۱۰۹ نفر برای زمره کاشان و ۱۲۶ نفر برای فرش ابریشم شمال تعیین گردیده و در نهایت نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام شده است. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش پرسشنامه کارآفرینی سازمانی می‌باشد که شامل سوالاتی است که بر اساس عوامل فردی شامل مؤلفه‌های چهارگانه شخصیت، نگرش، ادراک و یادگیری، و عوامل سازمانی شامل مؤلفه‌های هشت‌گانه ساختار، فرهنگ، فناوری، استقلال کاری، خلاقیت و نوآوری، حمایت مدیریت، رهبری و نوآوری، طراحی شده است. پرسشنامه مجموعاً دارای ۵۷ گویه بوده و با مقیاس پنج درجه ای لیکرت یعنی کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم درجه بندی شده است. همچنین پاسخ دهندگان شامل کارشناسان مشغول در هر بخش می‌باشند. روایی سنجی از نوع محتوایی بوده و بنابراین برای بررسی روایی پرسشنامه‌ها در این پژوهش از نظرات اساتید دانشگاه و متخصصان استفاده شده است و پس از انجام اصلاحات لازم، پرسشنامه‌ها در بین اعضای نمونه توزیع شده است.

برای بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر اساس جدول (۱) و (۲)، پایایی پرسشنامه بشرح ذیل می‌باشد:

جدول (۱): جدول پایایی پرسشنامه عوامل فردی

(دیوان سالاری) طرح‌های خود را به اجرا درآوردند. با مطالعه سیر تکمیل دیدگاه‌ها نسبت به استراتژی‌های کارآفرینی در سازمان مشاهده می‌شود که دو نوع استراتژی اصلی برای ایجاد کارآفرینی در سازمان وجود دارد. اولین استراتژی وجود فرد کارآفرین در سازمان و نشأت گرفتن کلیه مراحل فرآیند کارآفرینی از وی می‌باشد که نهایتاً به تکمیل و اجرای یک تفکر در درون سازمان منجر می‌شود که آن را کارآفرینی سازمانی می‌نامند.

دومین استراتژی ایجاد کارآفرینی در درون خود سازمان می‌باشد که تغییرات ساختاری، فرهنگ سازمان، تشکیل تیم‌های کارآفرینانه و نهایتاً ایجاد یک بینش و فهم مشترک در بین کارکنان و مدیران را سبب می‌گردد. چنین سازمانی نه تنها به طور مستمر شاهد اجرا و تحقق انواع تفکرها خواهد بود، بلکه چارچوب‌های صنعت خود را نیز در هم شکسته و به یک رهبر صنعتی تبدیل می‌شود. برای هر دو استراتژی، محققین مدلهایی را ارائه نموده اند که در این مدل‌ها انواع فعالیت‌های لازم و عوامل موثر بر فرآیند در نظر گرفته شده است [۵].

۳-۳ مدل تحقیق

نظر به مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق، می‌توان برای سنجش کارآفرینی سازمانی، عوامل موثر را در دو طیف فردی شامل شخصیت، نگرش، ادراک و یادگیری، و سازمانی شامل ساختار، فرهنگ، فناوری، استقلال کاری، خلاقیت و نوآوری، حمایت مدیریت، رهبری و عوامل محیطی مطرح نمود. بر این اساس مدل مفهومی به شکل ذیل ترسیم می‌گردد:



مؤلفه	تعداد گویه‌ها	تعداد نمونه	آلفای کرونباخ
شخصیت	۴	۲۳۵	۰/۷۴۱
نگرش	۴	۲۳۵	۰/۷۳۹
ادراک	۳	۲۳۵	۰/۷۹۶
یادگیری	۳	۲۳۵	۰/۷۱۳

جدول (۲): جدول پایایی پرسشنامه عوامل سازمانی

مؤلفه	تعداد گویه‌ها	تعداد نمونه	آلفای کرونباخ
ساختار	۳	۲۳۵	۰/۷۳۳
فرهنگ	۹	۲۳۵	۰/۷۳۵
فناوری	۳	۲۳۵	۰/۷۴۳
استقلال کاری	۵	۲۳۵	۰/۸۶۹
خلاقیت و نوآوری	۱۰	۲۳۵	۰/۸۶۰
حمایت مدیریت	۵	۲۳۵	۰/۷۵۵
رهبری	۵	۲۳۵	۰/۷۴۴
عوامل محیطی	۳	۲۳۵	۰/۸۶۱

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، پس از بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها بوسیله آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آماره‌های چولگی و کشیدگی، با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای، وضعیت عوامل فردی و عوامل سازمانی در هر دو شرکت به تفکیک مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت با استفاده از آزمون تی نمونه مستقل، تفاوت وضعیت عوامل کارآفرینی در دو شرکت مورد بررسی قرار گرفته است.

۳-۳-۳ سوالات تحقیق

سوال اصلی:

وضعیت کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال چگونه است؟

سوالات فرعی:

- وضعیت کارآفرینی سازمانی مبتنی بر عوامل فردی (شخصیت، نگرش، ادراک، یادگیری) در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال از دیدگاه کارشناسان چگونه است؟

- وضعیت کارآفرینی سازمانی مبتنی بر عوامل سازمانی (ساختار، فرهنگ، فناوری، استقلال کاری، خلاقیت و نوآوری، حمایت مدیریت، عوامل محیطی) در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال از دیدگاه کارشناسان چگونه است؟
- تفاوت معنا دار دیدگاه‌های کارشناسان در خصوص وضعیت کارآفرینی و مولفه‌های آن در این شرکت‌ها چگونه می‌باشد؟
- وضعیت مولفه‌های کارآفرینی سازمانی از نظر درجات اهمیت در این دو شرکت چگونه می‌باشد؟
- موانع کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال از دیدگاه کارشناسان کدامند؟
- راهکارهای موثر در کاهش موانع کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال از دیدگاه کارشناسان کدامند؟

۴- تحلیل آماری

برای جمعیت شناختی پاسخگویان، از آمار توصیفی از جمله درصد فراوانی، مد، میانگین، و انحراف معیار استفاده شده است. برای آزمون سوالات تحقیق از آمار استنباطی کلموگروف-اسمیرنوف، چولگی، کشیدگی، تی تک نمونه‌ای، تی نمونه مستقل و آزمون فریدمن استفاده شده است.

۴-۱-۱ آمار توصیفی

نتایج بدست آمده از آمار توصیفی نمونه آماری، بطور خلاصه در جدول ذیل آمده است:

جدول (۳): توزیع فراوانی نمونه آماری تحقیق

نام شرکت	زمرد کاشان	ابریشم شمال		زمرد کاشان		ابریشم شمال	
		مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
تعداد	۱۰۹	۶۲	۴۷	۷۷	۴۶	۳۱	۱۵
درصد	۴۶٪	۲۶٪	۲۰٪	۳۳٪	۱۶٪	۱۳٪	۶٪
تعداد	۸۴	۳۱	۵۳	۶۷	۳۳	۳۴	۱۹
درصد	۳۴٪	۱۲٪	۲۳٪	۲۷٪	۱۴٪	۱۴٪	۸٪
تعداد	۲۵	۳۱	۳۰	۱۰	۱۴	۱۷	۷
درصد	۱۰٪	۱۲٪	۱۳٪	۴٪	۶٪	۷٪	۳٪

چشمه	گیوه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشی‌دگی	Z کولموگروف اسمیرنوف	سطح معنی‌داری
شرکت زمره کاشان	عوامل فردی	109	3.3676	.61459	-.094	-.224	.690	.727
	شخصیت	109	2.8761	.62789	.011	-.644	1.166	.132
	نگرش	109	3.4197	.73667	-.293	.039	.999	.271
	ادراک	109	3.7034	.75678	-.690	.489	1.057	.052
	یادگیری	109	3.6177	.80868	-.456	-.089	1.636	.065
	عوامل	109	3.5483	.50018	.111	-.685	.627	.827
	ساختار	109	3.9235	.57670	-.403	-.778	1.031	.078
	فرهنگ	109	3.4944	.67814	-.304	-.703	.973	.300
	فناوری	109	3.7248	.51688	-	1.284	1.566	.090
	استقلال کاری	109	3.5670	.73460	-.102	-.775	1.347	.053
	خلاقت و حمایت	109	3.4110	.30561	.298	.342	1.347	.053
	رهبری	109	3.4789	.71077	-.320	-.813	1.329	.059
شرکت ابریشم شمال	عوامل محیطی	109	3.3670	.37269	-.157	-.236	.757	.104
	عوامل فردی	126	3.7951	.63490	-.037	-.629	.459	.280
	شخصیت	126	3.1842	.42372	-.507	1.012	1.138	.150
	نگرش	126	2.8294	.55105	-.175	.090	.632	.210
	ادراک	126	3.1329	.61538	-.299	.332	.649	.090
	یادگیری	126	3.5265	.71225	-.486	-.209	.881	.082
	عوامل	126	3.3836	.76253	-.486	-.505	.803	.503
	ساختار	126	3.4569	.25955	-.095	1.132	.833	.491
	فرهنگ	126	3.8439	.42098	.024	-.718	.801	.103
	فناوری	126	3.4056	.45157	.464	.128	1.130	.155
	استقلال کاری	126	3.6138	.56790	-.636	-.378	.648	.083
	خلاقت و حمایت	126	3.3651	.49385	.013	-.325	1.118	.164
رهبری	126	3.3897	.55163	-.423	.365	1.179	.124	
عوامل محیطی	126	3.4095	.47589	-.673	.270	.781	.404	
	126	3.4730	.36186	.189	-.383	1.391	.142	
	126	3.6614	.54322	-.042	-.738	1.390	.142	

۴-۲ آمار استنباطی

جهت بررسی اینکه وضعیت کارآفرینی سازمانی در شرکت زمره کاشان و شرکت ابریشم شمال مبتنی بر عوامل فردی چگونه است، فرض H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$H_0: \mu = 3$$

$$H_1: \mu \neq 3$$

μ = میانگین عوامل فردی کارآفرینی سازمانی

نتایج جدول ۳ و ۴ با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای بدست آمده است. اگر سطح معنی‌داری بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، فرض H_0 قبول خواهد شد. یعنی می‌توان ادعا کرد میانگین متغیر مورد نظر در حد متوسط می‌باشد. همچنین اگر حد بالا و حد پایین هر دو مثبت باشند، بدین معنی است که میانگین جامعه در مورد آن متغیر بیش‌تر از ۳ می‌باشد. همچنین چنانچه اولی مثبت و دومی منفی باشد، میانگین جامعه اختلاف معنی‌داری با مقدار ۳ ندارد و نیز منفی بودن این دو مقدار بدین معنی می‌باشد که میانگین متغیر مورد نظر در جامعه کمتر از ۳ می‌باشد و این متغیر در جامعه‌ی مورد بررسی در سطح پایینی قرار دارند.

جدول (۵): نتایج آزمون تی تک نمونه ای عوامل فردی شرکت زمره

بر حسب تحصیلات		بر حسب سابقه کار	
۲/۳۸	۵۱الی ۶۰سال	۴/۵۹	۵الی ۶۰سال
۴۳/۸۵	کاردانی	۳۴/۸۶	کاردانی
۴۲/۸۶	کارشناسی	۵۵/۹۹۶	کارشناسی
۱۱/۱۱	کارشناسی ارشد	۸/۲۲۶	کارشناسی ارشد
۲/۳۸	دکترا	۰/۹۲	دکترا
۵۹/۵۲	زیر ۱۰ سال	۵۶/۸۸	زیر ۱۰ سال
۳۳/۸۱	۱۰ تا ۲۰ سال	۳۰/۲۸	۱۰ تا ۲۰ سال
۱۶/۶۷	بالای ۲۰ سال	۱۲/۸۴	بالای ۲۰ سال
۳	۵الی ۶۰سال	۵۵	۵الی ۶۰سال
۳۸	۵	۶۱	۹
۳	۳	۳	۱
۷۵	۳۲	۳۰	۱۴

جدول (۴): نتایج نرمال بودن توزیع داده‌ها و آمار توصیفی

$$H_0: \mu = 3$$

$$H_1: \mu \neq 3$$

μ = میانگین عوامل سازمانی کارآفرینی سازمانی

نتایج جدول ۵ و ۶ با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای بدست آمده است. اگر سطح معنی‌داری بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، فرض H_0 قبول خواهد شد. یعنی می‌توان ادعا کرد میانگین متغیر مورد نظر در حد متوسط می‌باشد. همچنین اگر حد بالا و حد پایین هر دو مثبت باشند، بدین معنی است که میانگین جامعه در مورد آن متغیر بیش‌تر از ۳ می‌باشد. همچنین چنانچه اولی مثبت و دومی منفی باشد، میانگین جامعه اختلاف معنی‌داری با مقدار ۳ ندارد و نیز منفی بودن این دو مقدار بدین معنی می‌باشد که میانگین متغیر مورد نظر در جامعه کم‌تر از ۳ می‌باشد و این متغیر در جامعه‌ی مورد بررسی در سطح پایینی قرار دارند.

جدول (۷): نتایج آزمون تی تک نمونه ای عوامل سازمانی شرکت

زمره کاشان

متغیر	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف از میانگین	حد پایین	حد بالا
عوامل سازمانی	3.5483	11.445	108	.000	.54833	.4534	.6433
ساختار	3.9235	16.720	108	.000	.92355	.8141	1.0330
فرهنگ	3.4944	7.611	108	.000	.49439	.3656	.6231
فناوری	3.7248	14.639	108	.000	.72477	.6266	.8229
استقلال کاری	3.5670	8.058	108	.000	.56697	.4275	.7064
خلاقیت و نوآوری	3.4110	14.041	108	.000	.41101	.3530	.4690
حمایت مدیریت	3.4789	7.034	108	.000	.47890	.3440	.6138
رهبری	3.3670	10.280	108	.000	.36697	.2962	.4377
عوامل محیطی	3.7951	13.075	108	.000	.79511	.6746	.9156

در سطح $\alpha=5\%$ (ضریب اطمینان ۹۵٪)، بر اساس آماره سطح معنی‌داری می‌توان ادعا کرد که میانگین عوامل سازمانی، ساختار، فرهنگ، فناوری، استقلال کاری، خلاقیت و نوآوری، حمایت مدیریت، رهبری و عوامل محیطی در شرکت زمره کاشان بیشتر از حد متوسط می‌باشد.

جدول (۸): نتایج آزمون تی تک نمونه ای عوامل سازمانی شرکت ابریشم

شمال

کاشان

متغیر	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف از میانگین	حد پایین	حد بالا
عوامل فردی	3.3676	6.245	108	.000	.36763	.2509	.4843
شخصیت	2.8761	-2.059	108	.042	-12385	-2431	-0046
نگرش	3.4197	5.948	108	.000	.41972	.2799	.5596
ادراک	3.7034	9.703	108	.000	.70336	.5597	.8470
یادگیری	3.6177	7.975	108	.000	.61774	.4642	.7713

همانطور که نتایج نشان می‌دهد در سطح $\alpha=5\%$ (ضریب اطمینان ۹۵٪)، بر اساس آماره سطح معنی‌داری می‌توان ادعا کرد که میانگین مولفه‌های عوامل فردی، نگرش، ادراک و یادگیری در شرکت زمره کاشان بیشتر از حد متوسط می‌باشد. در مورد مولفه شخصیت چنانچه مشاهده می‌شود، میانگین متغیر شخصیت در شرکت فرش زمره کاشان کمتر از مقدار متوسط می‌باشد.

جدول (۹): نتایج آزمون تی تک نمونه ای عوامل فردی شرکت ابریشم

شمال

متغیر	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف از میانگین	حد پایین	حد بالا
عوامل فردی	3.1842	4.881	125	.000	.18424	.1095	.2589
شخصیت	2.8294	-3.476	125	.001	-17063	-2678	-0735
نگرش	3.1329	2.425	125	.017	.13294	.0244	.2414
ادراک	3.5265	8.297	125	.000	.52646	.4009	.6520
یادگیری	3.3836	5.647	125	.000	.38360	.2492	.5180

همانطور که نتایج نشان می‌دهد در سطح $\alpha=5\%$ (ضریب اطمینان ۹۵٪)، بر اساس آماره سطح معنی‌داری می‌توان ادعا کرد که میانگین مولفه‌های عوامل فردی، نگرش، ادراک و یادگیری در شرکت ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد. ولی در مورد مولفه شخصیت در شرکت ابریشم شمال نیز مشاهده می‌شود که وضعیت این متغیر پائین‌تر از مقدار متوسط می‌باشد. بنابراین می‌توان ادعا کرد:

- میانگین عوامل فردی در شرکت‌های فرش زمره کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
- ۱- میانگین مولفه شخصیت در شرکت‌های فرش زمره کاشان و ابریشم شمال پائین‌تر از حد متوسط می‌باشد.
- ۲- میانگین مولفه نگرش در شرکت‌های فرش زمره کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
- ۳- میانگین مولفه ادراک در شرکت‌های فرش زمره کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
- ۴- میانگین مولفه یادگیری در شرکت‌های فرش زمره کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.

جهت بررسی اینکه وضعیت کارآفرینی در شرکت زمره کاشان و شرکت ابریشم شمال مبتنی بر عوامل سازمانی چگونه است، فرض H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شود:

μ_2 = میانگین مولفه‌های کارآفرینی شرکت ابریشم شمال

برای مقایسه میانگین وضعیت کارآفرینی و مولفه‌های آن در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال از آزمون تی نمونه مستقل استفاده گردید. اگر سطح معنی‌داری آزمون لوین^۱ کوچکتر از ۰/۰۵ باشد، فرض برابری واریانس- واریانس‌های دو جامعه رد می‌شود و اگر این مقدار بزرگتر از ۰/۰۵ باشد نتیجه می‌گیریم واریانس‌های دو جامعه با یکدیگر برابر می‌باشند. همچنین اگر سطح معنی‌داری آزمون مقایسه تساوی میانگین دو جامعه کوچکتر از ۰/۰۵ باشد، فرض H_0 رد شده و فرض H_1 مورد پذیرش واقع می‌شود. یعنی بین میانگین دو جامعه تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول (۹): نتایج آزمون تی نمونه مستقل در شرکت‌های زمرد کاشان و

ابریشم شمال

متغیر	مقدار F	سطح معنی داری آزمون لوین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری مقایسه میانگین	اختلاف میانگین	حد پایین	حد بالا
عوامل فردی	۱۷/۴۰۸	۰/۰۰۰	۲/۶۲۲	۱۸۷/۶۶۳	۰/۰۰۹	۰/۱۸۳	۰/۰۴۵	۰/۳۲۱
شخصیت	۳/۴۵۳	۰/۰۶۴	۰/۶۰۸	۲۳۳	۰/۵۴۴	۰/۰۴۶۷	-۰/۱۰۴	۰/۱۹۸
نگرش	۳/۷۷۵	۰/۰۵۳	۲/۲۵۱	۲۳۳	۰/۰۰۱	۰/۲۸۶	۰/۱۱۳	۰/۴۶۰
ادراک	۰/۱۴۵	۰/۷۰۴	۱/۸۴۴	۲۳۳	۰/۰۶۶	۰/۱۷۶	-۰/۰۱۲	۰/۳۶۵
یادگیری	۰/۰۱۴	۰/۹۰۶	۲/۲۸۲	۲۳۳	۰/۰۲۳	۰/۲۳۴	۰/۰۳۲	۰/۴۳۶
عوامل سازمانی	۵۷/۱۰۹	۰/۰۰۰	۱/۷۳۸	۱۵۶/۸۲۴	۰/۰۸۴	۰/۰۹۲	-۰/۰۱۲	۰/۱۹۷
ساختار	۱۲/۵۵۴	۰/۰۰۰	۱/۱۹۳	۱۹۴/۶۶۲	۰/۲۳۴	۰/۰۷۹	-۰/۰۵۲	۰/۲۱۱
فرهنگ	۲۱/۵۵۰	۰/۰۰۰	۱/۱۶۲	۱۸۳/۴۲۷	۰/۲۴۷	۰/۰۸۸	-۰/۰۶۱	۰/۲۳۹
فناوری	۴/۸۸۲	۰/۰۲۸	۱/۵۶۸	۳۳۶/۳۸۵	۰/۱۱۸	۰/۱۱۱	-۰/۰۲۸	۰/۲۵۰
استقلال کاری	۲۵/۴۳۴	۰/۰۰۰	۲/۲۳۳	۱۸۴/۵۸۱	۰/۰۱۶	۰/۲۰۱	۰/۰۲۸	۰/۳۶۵
خلاقیت و نوآوری	۳۹/۰۸۹	۰/۰۰۰	۰/۳۷۳	۲۰۰/۳۵۸	۰/۷۱	۰/۰۲۱	-۰/۰۹۱	۰/۱۳۴
حمایت مدیریت	۳۳/۸۱۱	۰/۰۰۰	۰/۸۶۵	۱۸۴/۰۸۶	۰/۳۸۸	۰/۰۶۹	-۰/۰۸۸	۰/۲۲۷
رهبری	۰/۰۳۰	۰/۸۶۲	-۲/۲۰۹	۲۳۳	۰/۰۲۸	-۰/۱۰۶	-۰/۳۰۰	-۰/۰۱۱
عوامل محیطی	۳/۵۵۸	۰/۰۶۱	۱/۷۴۰	۲۳۳	۰/۰۸۳	۰/۱۲۳	-۰/۰۱۷	۰/۲۸۵

همانطور که نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد، سطح معنی‌داری آزمون لوین برای مولفه‌های شخصیت، نگرش، ادراک، یادگیری، رهبری و عوامل محیطی بزرگتر از ۰/۰۵ می‌باشد که نشان می‌دهد واریانس دو شرکت زمرد کاشان و ابریشم شمال برابر می‌باشند. ولی سایر مولفه‌ها عوامل فردی، عوامل سازمانی، ساختار، فرهنگ، فناوری، استقلال کاری، خلاقیت و نوآوری و حمایت مدیریت کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد که نشان می‌دهد واریانس دو شرکت زمرد کاشان و ابریشم شمال برابر نمی‌باشند.

1- Levene

متغیر	میانگین	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف از میانگین	حد پایین	حد بالا
عوامل سازمانی	3.4559	19.716	125	.000	.45589	.4101	.5017
ساختار	3.8439	22.502	125	.000	.84392	.7697	.9181
فرهنگ	3.4056	10.083	125	.000	.40564	.3260	.4853
فناوری	3.6138	12.131	125	.000	.61376	.5136	.7139
استقلال کاری	3.3651	8.298	125	.000	.36508	.2780	.4522
خلاقیت و نوآوری	3.3897	7.930	125	.000	.38968	.2924	.4869
حمایت مدیریت	3.4095	9.660	125	.000	.40952	.3256	.4934
رهبری	3.4730	14.673	125	.000	.47302	.4092	.5368
عوامل محیطی	3.6614	13.667	125	.000	.66138	.5656	.7572

در سطح $\alpha=5\%$ (ضریب اطمینان ۹۵٪)، بر اساس آماره سطح معنی‌داری می‌توان ادعا کرد که میانگین مولفه‌های عوامل سازمانی، ساختار، فرهنگ، فناوری، استقلال کاری، خلاقیت و نوآوری، حمایت مدیریت، رهبری و عوامل محیطی در شرکت ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد. بنابراین می‌توان ادعا کرد:

- میانگین مولفه عوامل سازمانی در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۱- میانگین مولفه ساختار در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۲- میانگین مولفه فرهنگ در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۳- میانگین مولفه فناوری در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۴- میانگین مولفه استقلال کاری در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۵- میانگین مولفه خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۶- میانگین مولفه حمایت مدیریت در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۷- میانگین مولفه رهبری در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
 - ۸- میانگین مولفه عوامل محیطی در شرکت‌های فرش زمرد کاشان و ابریشم شمال بیشتر از حد متوسط می‌باشد.
- برای بررسی وجود تفاوت معنادار دیدگاه‌های کارشناسان در خصوص وضعیت کارآفرینی و مولفه‌های آن، فرض H_0 و H_1 به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

μ_1 = میانگین مولفه‌های کارآفرینی شرکت زمرد کاشان

همچنین با توجه به سطح معنی‌داری فرض تساوی میانگین دو جامعه می‌توان با ضریب اطمینان ۹۵ درصد نتیجه گرفت:

• بین میانگین عوامل فردی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میانگین عوامل فردی در شرکت زمرد کاشان بیشتر از شرکت ابریشم شمال می‌باشد.

جدول (۱۰): شاخص‌های معنی‌داری آزمون فریدمن عوامل فردی شرکت

زمرد کاشان

تعداد	X^2	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۱۰۹	۱۰۱/۳۹۱	۳	۰/۰۰۰

۱- بین میانگین متغیر شخصیت در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۲- بین میانگین متغیر نگرش در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میانگین متغیر نگرش در شرکت زمرد کاشان بیشتر از شرکت ابریشم شمال می‌باشد.

۳- بین میانگین متغیر ادراک در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۴- بین میانگین متغیر یادگیری در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میانگین متغیر یادگیری در شرکت زمرد کاشان بیشتر از شرکت ابریشم شمال می‌باشد.

• بین میانگین عوامل سازمانی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میانگین عوامل سازمانی در شرکت زمرد کاشان بیشتر از شرکت ابریشم شمال می‌باشد.

۱- بین میانگین متغیر ساختار در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۲- بین میانگین متغیر فرهنگ در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۳- بین میانگین متغیر فناوری در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۴- بین میانگین متغیر استقلال کاری در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میانگین متغیر استقلال کاری در شرکت زمرد کاشان بیشتر از شرکت ابریشم شمال می‌باشد.

۵- بین میانگین متغیر خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۶- بین میانگین متغیر حمایت مدیریت در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۷- بین میانگین متغیر رهبری در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود دارد و میانگین متغیر رهبری در شرکت ابریشم شمال بیشتر از شرکت زمرد کاشان می‌باشد.

۸- بین میانگین متغیر عوامل محیطی در شرکت‌های زمرد کاشان و ابریشم شمال تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

برای تعیین درجه اهمیت مولفه‌های کارآفرینی سازمانی در دو شرکت مورد مطالعه از آزمون فریدمن استفاده گردید و ابتدا شرکت فرش زمرد کاشان و سپس شرکت فرش ابریشم شمال مورد بررسی قرار گرفت. اگر سطح معنی‌داری آزمون فریدمن برای هر مولفه، کمتر از ۰/۰۵ باشد

جدول (۱۱): عوامل فردی شرکت زمرد کاشان بر اساس اولویت

اولویت	نام عامل	میانگین رتبه
1	ادراک	3.12
2	یادگیری	2.91
3	نگرش	2.42
4	شخصیت	1.55

جدول (۱۲): شاخص‌های معنی‌داری آزمون فریدمن عوامل سازمانی

شرکت زمرد کاشان

تعداد	X^2	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
۱۰۹	۱۴۴/۲۳۹	۷	۰/۰۰۰

جدول (۱۳): عوامل سازمانی شرکت زمرد کاشان بر اساس اولویت

اولویت	نام عامل	میانگین رتبه
1	ساختار	6.20
2	عوامل محیطی	5.59
3	فناوری	5.14
4	استقلال کاری	4.42
5	حمایت مدیریت	3.98
6	فرهنگ	3.89
7	خلاقیت و نوآوری	3.57
8	رهبری	3.20

اولویت بندی عوامل فردی و عوامل سازمانی در شرکت فرش زمرد کاشان نشان می‌دهد تفاوت میانگین عوامل سازمانی و عوامل فردی در شرکت زمرد کاشان معنی‌دار می‌باشد.

جدول (۱۴): شاخص‌های معنی‌داری آزمون فریدمن عوامل کارآفرینی

سازمانی شرکت زمرد کاشان

تعداد	X ²	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱۰۹	۲۹/۰۳۷	۱	۰/۰۰۰

جدول (۱۵): عوامل کارآفرینی سازمانی شرکت زمرد کاشان بر اساس اولویت

اولویت	نام عامل	میانگین رتبه
1	عوامل سازمانی	1.76
2	عوامل فردی	1.24

جدول (۱۶): شاخص‌های معنی داری آزمون فریدمن عوامل فردی

شرکت ابریشم شمال

تعداد	X ²	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱۲۶	۷۱/۶۹۴	۳	۰/۰۰۰

جدول (۱۷): عوامل فردی شرکت ابریشم شمال بر اساس اولویت

اولویت	نام عامل	میانگین رتبه
1	ادراک	3.05
2	یادگیری	2.83
3	نگرش	2.30
4	شخصیت	1.83

جدول (۱۸): شاخص‌های معنی داری آزمون فریدمن عوامل سازمانی

شرکت ابریشم شمال

تعداد	X ²	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱۲۶	۱۰۸/۶۳۶	۷	۰/۰۰۰

جدول (۱۹): عوامل سازمانی شرکت ابریشم شمال بر اساس اولویت

اولویت	نام عامل	میانگین رتبه
1	ساختار	6.09
8	عوامل محیطی	5.15
3	فناوری	5.07
7	رهبری	4.24
6	حمایت مدیریت	4.04
2	فرهنگ	3.97
4	استقلال کاری	3.84
5	خلاقیت و نوآوری	3.61

اولویت بندی عوامل فردی و عوامل سازمانی در شرکت فرش ابریشم شمال نشان می‌دهد تفاوت میانگین عوامل سازمانی و عوامل فردی در شرکت ابریشم شمال معنی دار می‌باشد.

جدول (۲۰): شاخص‌های معنی داری آزمون فریدمن عوامل کارآفرینی

سازمانی شرکت ابریشم شمال

تعداد	X ²	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱۰۹	۲۹/۰۳۷	۱	۰/۰۰۰

جدول (۲۱): عوامل کارآفرینی سازمانی شرکت ابریشم شمال بر اساس اولویت

اولویت	نام عامل	میانگین رتبه
1	عوامل سازمانی	1.76
2	عوامل فردی	1.24

۵- نتیجه گیری

مدیران عالی سازمان بایستی به مفهوم کارآفرینی به طور اعم و کارآفرینی سازمانی به طور اخص حساس باشند و آن را به عنوان یکی از عوامل عمده برای بقا و رشد سازمان در شرایط پرتلاطم و شدیداً رقابتی دنیای امروز در نظر بگیرند. مسائلی امروز سازمانها با راه‌های دیروز حل شدنی نیست و پیش‌بینی آینده، مشکلات آتی را حل نمی‌کند، بلکه باید برای پیش‌سازی آینده اقدام کرد. سازمانها باید به قدر کافی منعطف باشند تا بتوانند پاسخگوی تمام شرایط ممکن باشند. ایجاد جو کارآفرینی در سازمانها کمک می‌کند تا این انعطاف‌پذیری را به دست آورد و نیز کمک می‌کند تا سازمان برای هر وضعیتی یک ایده داشته باشد و کمک می‌کند تا خلاقیت در سازمان نهادینه شود. هسته اصلی کارآفرینی نوآوری است و نوآوری در سازمانها لزوماً یک فرایند پایین به بالا است. کارآفرینی سازمانی تنها وقتی به وقوع می‌پیوندد که سطوح پایین‌تر سازمان نوآوری داشته باشند [۸].

برای بهبود شخصیت که مانع شناخته شده است، علیرغم اینکه در هر دو شرکت، عوامل بالاتر از متوسط می‌باشند، اما تفاوت معنی دار است. بنابراین پیشنهاد می‌شود در هر دو شرکت بویژه شرکت ابریشم شمال، عوامل فردی از جمله موارد ذیل تقویت شوند:

- عوامل فردی یعنی شخصیت، نگرش، ادراک و یادگیری، با تاکید بر مولفه شخصیت. سازمان‌ها برای دستیابی به موفقیت و رقابت با دیگر سازمان‌ها نیازمند منابع انسانی متعهد و دارای انگیزه هستند. نیروهایی که افزون بر انجام وظایف محوله، خود را وقف سازمان نموده و برای تحقق اهداف آن از هیچ تلاشی دریغ نوزند. این افراد نقشی فراتر از کار تکلیفی در سازمان بازی می‌کنند و خود را وفادار به سازمان دانسته و شکست و موفقیت سازمان را از آن خود تلقی می‌کنند. این نوع رفتار در ادبیات امروز مدیریت رفتار شهروندی سازمانی نامیده می‌شود. امروزه در هر سازمان چنانچه قصد افزایش بهره‌وری و عملکرد و نیز اثربخشی کارکنان مورد نظر باشد به مبحث

ویژگی‌های شخصیتی مدیران توجه ویژه می‌شود. مدیران می‌توانند به دلیل تاثیرات عمیقی که در کارایی کارکنان خود به وجود می‌آورند، از یک طرف در افزایش رضایت شغلی و به تبع آن بهبود ارتقا و عملکرد افراد و از طرف دیگر با تقلیل و از بین بردن روحیه پیشرفت و ترقی در کاهش بهره‌وری سازمان خود، به ناخودآگاه گام برداشته و عامل نهان رکود و شکست سازمان گردند [۷].

- مسئولین هر دو شرکت، کارکنان خود را تشویق به ریسک کردن در انجام وظایف خود به تناسب شرایط کنند. در این خصوص، حمایت مسئولین و افزایش آگاهی کارکنان ضرورت دارد. مسئولین در کار رهبری خود به نظرات و آراء زیردستان خود اهمیت قائل شده و معمولاً در اداره امور، نظر خواهی و نیازسنجی از آنها را مدنظر قرار دهند. ایجاد بصیرت لازم برای تصمیم‌گیری و اعطای میزانی از اختیار، به کارکنان اجازه می‌دهد تا بتوانند برای حل برخی مشکلات شخصاً تصمیم‌گیری کرده و برخی ریسک‌های کنترل شده را انجام دهند. [21]

- مدیران هر دو شرکت، در ارتباطات و تعاملات، سازگاری و انعطاف‌پذیری بیشتری از خود نشان دهند. تطبیق دادن خود با تغییرات برای رسیدن به هدف والاتر، کار دشوار و سختی نخواهد بود اگر با آموزش مدیران همراه باشد. تنها راه از بین بردن مشکلات و موانع، داشتن قدرت ریسک‌پذیری، روی آوردن به دانش‌های جدید و ابتکار و نوآوری است. در تحقیقات *ILM*¹ تاکید شده که سرمایه‌گذاری برای آموزش و پیشرفت به مدیران در مقابله با چالش‌های حجم کاری کمک می‌کند. [۲۱] این آموزش باید بر مهارت‌های کاربردی، مانند برنامه‌ریزی و مدیریت زمان و مهارت‌های عام‌تر، مانند هدف‌گذاری و انگیزه‌بخشی، تمرکز کند. همچنین در این روند باید انعطاف‌پذیری عاطفی مدیران نیز ارتقا یابد تا بتوانند با اثرات روانی افزایش حجم کاری که به‌طور بالقوه مخرب است کنار بیایند. [19]

- مدیران هر دو شرکت به کارکنان خود، به دید افراد سالم و درستکار بنگرند. کارکنان برای پیشبرد اهداف شرکت، نیاز به اعتماد مسئولین و مدیران خود دارند. بهترین نتایج در یک سازمان زمانی حاصل می‌شود که در آن مدیران روحیه مثبت‌انگاران داشته باشند و با عدم اطمینان نسبت به کارهایی که انجام داده می‌شود، فرهنگ منفی‌انگاری را به سازمان خود راه ندهند. این چیزی است که مدیران در تمام سطوح باید از آن آگاه بوده و برای مقابله با آن تجهیز باشند. آغاز عمل در این راستا فکر کردن مثبت و ایجاد ارتباط با عملکردهای خوبی است که سازمان و افرادش در حال انجام آنها هستند. برای این کار لازم است تا تمام افراد از مدیران کوچک‌ترین بخش‌ها تا مدیران ارشد، نسبت به احساسات خود و افراد پیرامونشان بیشتر آگاه باشند و فرهنگ شنیدن را در بخش

تحت مدیریت خود گسترش دهند تا دیدگاه‌های افراد شنیده شود و ایده‌های آنها مورد تشویق قرار گیرد که خود باعث ایجاد حس مثبت در آنها می‌شود. موضوع مهمی که در این رابطه در مطالعات *ILM* مورد توجه قرار گرفته است، ناحیه خطری است که مدیران پس از اینکه زمان همکاری آنها با یک سازمان به دو سال رسید با آن مواجه می‌شوند. درحالی‌که تحقیقات نشان می‌دهد درحالت کلی مدیرانی که بین یک تا دو سال در یک شرکت کار کرده‌اند بهترین عملکرد را دارند، اما از طرفی این تحقیقات نشان می‌دهد که اشتیاق و جدیت این افراد در نقش‌هایشان پس از دو سال اغلب رو به کاهش می‌رود و احساسات منفی‌انگاران در آنها رخنه می‌کند. [۱۹] در این مرحله بحرانی، اهمیت آموزش و وجود یک حامی و مربی را نباید دست‌کم گرفت، به‌خصوص اگر مدیر در حال آماده شدن برای در دست گرفتن یکی از نقش‌های کلیدی در شرکت باشند. اشخاص باید در مورد نقش خود در سازمان کاملاً توجیه‌شده باشند و سازمان باید این ناحیه خطر دوساله را در نظر بگیرد و از طریق ایجاد امکان آموزش و پیشرفت به موفقیت مدیران خود کمک کند.

- مدیران هر دو شرکت، با دلسوزی برای حل و فصل مسائل و مشکلات پیش آمده، اقدام کنند. مدیران، با علت‌یابی مسائل و مشکلات پیش آمده، و عدم پیش‌داوری و یا یک سو‌نگری، بهتر می‌توانند شرایط را تحت کنترل داشته و باعث جلب اعتماد بیشتر کارکنان خود شوند. همچنین بهتر است در ترغیب کارکنان خود به انجام فعالیت‌ها و بالا بردن بازده، از شیوه‌های مناسب مدیریتی استفاده کنند؛ بطوریکه کمتر با اعمال قدرت مستقیم، تنبیه و توبیخ برنامه‌های خود را هدایت کنند. در این صورت کارکنان رضایت شغلی بیشتری از خود نشان داده و با احساس رضایت خاطر بیشتر تن به انجام وظایف می‌دهند.

محدودیت‌ها و پیشنهادات نیز بصورت زیر می‌باشد:

- در تعریف مفهومی به یک صاحب نظر بسنده شده است.
- برای تعریف عملیاتی مدل کارآفرینی سازمانی، دو بعد عوامل فردی شامل چهار شاخص و عوامل سازمانی شامل هشت شاخص ترسیم و عملیاتی شده است.
- ابزار گردآوری داده‌ها محدود به پرسشنامه بوده است.
- نظر به اینکه مولفه شخصیت، مانع کارآفرینی سازمانی در این دو شرکت بوده است، پیشنهاد می‌گردد تحقیقی با این عنوان و با تمرکز بر چرایی تبدیل شدن شخصیت به مانعی برای کارآفرینی انجام گیرد.
- در تحقیقی با عنوان حاضر، از سایر مدل‌های کارآفرینی استفاده گردد.
- در تحقیقی با عنوان حاضر، از سایر ابزارهای گردآوری داده‌ها استفاده گردد.
- در تحقیقی با عنوان حاضر، چرایی پایین بودن وضعیت عوامل فردی و عوامل سازمانی در شرکت ابریشم شمال از شرکت

زمره کاشان علیرغم تحصیلات کارکنان آن، تحقیق گردد.

۶-منابع و مأخذ

- [۱] احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۴)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها، چاپ پردیس، تهران.
- [۲] عالم تبریز، اکبر. (۱۳۹۲)، مدیریت بهره وری و کیفیت، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
- [۳] عباس زاده، حسن. (۱۳۹۳)، مبانی کارآفرینی و اصول کسب و کار، تهران، نشر گهواره کتابیران، چاپ اول.
- [۴] عطایی، محمد. پور مهدی، کتابون. احمدی، علی. (۱۳۹۳)، بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در هیئت مدیره‌های سازمان نظام پرستاری ایران، مدیریت توسعه و تحول، ش ۱۴، ص ۴۳.
- [۵] فروزانفر، حمید. فروزانفر، هومن. باروج، صمد. (۱۳۹۱)، کارآفرینی با گرایش کارآفرینی سازمانی، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، تهران، چاپ اول
- [۶] مددی، حمید. (۱۳۹۲)، بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با کارآفرینی درون سازمانی، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ش ۱۴، ص ۳۹
- [۷] نجاری، رضا. رفیعی، مجتبی. حبیبیان، سجاد. جانعلی زاده چوبستی، معصومه. (۱۳۹۱)، بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی مدیران برای کارآفرینی سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، خوانسار، دانشگاه پیام نور مرکز خوانسار، http://www.civilica.com/Paper-NCMANENTER01-NCMANENTER01_008.html
- [۸] نژاد ایرانی، فرهاد. (۱۳۸۱)، مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانها، نشر پیک سبحان.
- [۹] هادیزاده، مقدم. رحیمی فیل آبادی، اکرم و فرج الله. (۱۳۸۴)، کارآفرینی سازمانی، نشر جانان، تهران، چاپ اول.
- [10] Antoncic, B., and Hisrich, R., (2003), **Privatisation, corporate entrepreneurship, and performance: testing a normative model.** Journal of Developmental Entrepreneurship, Vol 8, No 3, pp 197-218.
- [11] Ginsberg, A. & Hay, M., (1994), **Confronting The Challenges of Corporate Entrepreneurship: Guidelines for Venture Managers.** European Management Journal. VOL 12,382-389.
- [12] Goosen, C.J., deConing, T.J., and Smit, E.v.d.m., (2002), **Corporate entrepreneurship and financial performance: the role of management.** South African Journal of Business Management, Vol 33, No 4, pp 21-27.
- [13] Kuratko, F.Donald,(2007), **Corporate entrepreneurship.** Boston Delf.
- [14] Lewis, D., (2005), **The management of non-governmental development organizations.** Taylor & Francies group.
- [15] Pinchot, G.,(1985), **Intrapreneuring,** New York: Harper & Row Publishers.
- [16] Susbauer, J., (1973), **Incorporate Entrepreneurship Programs in American Industry,** Cleveland State University.
- [17] www.aftabir.com
- [18] www.i-l-m.com
- [19] www.institutelm.com
- [20] www.karafariny.ir

