



دانشگاه سям زور

دانشکده ادبیات و علوم انسانی
پایان نامه برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد
رشته مدیریت دولتی (گرایش منابع انسانی)
گروه علمی مدیریت

بررسی تأثیر جوسازمانی بر ابعاد گرایش کارآفرینانه در
شرکتهای صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ در شهرک صنعتی
بزرگ شیراز

ندا عسکری

استاد راهنما:

دکتر سید محمد حسین کمانی

استاد مشاور:

دکتر محسن جاجرمی زاده

شهریور 1391



Bismillah (Bismillah)

Ahmed
فلا...



دانشگاه پیام زور

دانشکده ادبیات و علوم انسانی

مرکز شیراز

پایان نامه برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته مدیریت دولتی (گرایش منابع انسانی)

گروه علمی مدیریت

**بررسی تأثیر جوسازمانی بر ابعاد گرایش کارآفرینانه در
شرکتهای صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ در شهرک صنعتی**

بزرگ شیراز

ندا عسکری

استاد راهنما:

دکتر سید محمد حسین کمانی

استاد مشاور:

دکتر محسن جاجرمی زاده

شهریور 1391

تاریخ : ۱۳۹۱/۰۶/۲۹
شماره : ۰۵/۱-۱۶۲۷۱
پیوست :



دانشگاه پیام نور استان فارس
باسمه تعالی

جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

صور تجلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد

جلسه دفاع از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد خانم ندا عسکری دانشجوی رشته مدیریت دولتی به شماره دانشجویی ۸۸۰۲۷۴۵۰۷ تحت عنوان :

«بررسی تاثیر جوسازی بر ابعاد کرایس کار آفرینان در شرکتهای صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ در شهرک صنعتی بزرگ شیراز»

با حضور هیات داوران در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۱/۰۶/۲۹ ساعت ۸:۳۰ صبح در محل ساختمان اندیشه برگزار شد و هیات داوران پس از بررسی، پایان نامه مذکور را شایسته

نمره به عدد ۱۹.۱۷۰... به حروف **ده و نهم و بیست و نه** درجه **کلی** تشخیص داد.

نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبہ دانشگاهی	دانشگاه / موسسه	امضاء
دکتر سید محمد حسین کمانی	راهنما	استادیار	پیام نور شیراز	
دکتر محسن جاجرمی زاده	مشاور	استادیار	پیام نور شیراز	
دکتر علیرضا موغلی	داور	دانشیار	پیام نور شیراز	
دکتر سعید کیاکجوری	نماینده تحصیلات تکمیلی	استادیار	پیام نور شیراز	



شیراز- شهرک گلستان، بلوار دهخدا
قبل از نمایندگی بین المللی
تلفن : ۰۷۱۱-۶۲۲۲۴۰-۳
دورنگار : ۰۷۱۱-۶۲۲۲۴۹
صندوق پستی : ۱۳۶۸- ۷۱۹۵۵
www.spnu.ac.ir
Email : admin@spnu.ac.ir

گواهی اصالت و نشر و حقوق مادی و معنوی اثر

اینجانب ندا عسکری دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۸ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود. دانشجو تأیید می‌نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه نتیجه تحقیقات خودش می‌باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی دانشجو: ندا عسکری

تاریخ و امضاء: ۹۱/۶/۲۹

اینجانب ندا عسکری دانشجوی ورودی سال ۱۳۸۸ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گواهی می‌نمایم چنانچه بر اساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب، و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب، و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو: ندا عسکری

تاریخ و امضاء: ۹۱/۶/۲۹

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه مطعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

شهریور ماه ۹۱

تقدیم به پدر بزرگوار و مادر مهربانم

آن دو فرشته‌ای که از خواسته‌هایشان گذشتند، سختی‌ها را به جان خریدند و خود را سپر بلای مشکلات و ناملایمات کردند تا من به چایگاهی که اکنون در آن ایستاده‌ام برسم.

تقدیر و شکر

شکر و سپاس خدای را که با الطاف ربانی اش توفیق داد تا این تحقیق را به پایان رسانده و از خداوند منان توفیق و سعادت همه پویندگان و رهروان علم و دانش را خواهانم.

پس از حمد و ثنای الهی و شکر گزاری به درگاه خداوند متعال، اینک که حاصل همه تلاشها و تلمذ مثمر ثمر واقع شد بر خود فرض می دانم که با بضاعت اندکم در کمال ادب و احترام مراتب سپاس و قدردانی خالصانه و صمیمانه را از همه کسانی که من را در این وادی یاری نموده اند ابراز دارم.

سپاس بیکران بر همدلی، همراهی و دلسوزی پدر و مادرم که با صبر و پشتیبانی همیشگی خود در تمامی دوران‌های زندگی ام امید موفقیت را در من زنده نگاه داشتند .

تقدیر و شکر شایسته از جناب آقای دکتر سید محمد حسین کمانی که همواره راهنما و راه گشای اینجانب در اتمام و اکمال پایانامه بودند . از جناب آقای دکتر محسن جاجرمی زاده که به عنوان استاد مشاور و جناب آقای دکتر علیرضا موغلی کمال تشکر را دارم .

همچنین از جناب آقای مهرداد اردشیری که در انجام کارهای آماری این پژوهش شرکت داشتند نیز سپاسگزارم .

چکیده:

با توجه به اهمیت جوسازمانی در گرایش کارآفرینانه، تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر جوسازمانی بر ابعاد گرایش کارآفرینانه در شرکتهای صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ در شهرک صنعتی بزرگ شیراز (90-1391) انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق، 285 کارخانه صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ در شهرک صنعتی بزرگ شهر شیراز می باشد. بر اساس فرمول کوکران 104 واحد صنعتی متناسب با جامعه آماری پژوهش به شیوه نمونه گیری طبقه ای انتخاب شده است. با تعیین حجم نمونه در سه گروه صنایع با استفاده از روش تصادفی سیستماتیک کارخانه های نمونه انتخاب شدند، که بالغ بر 330 نفر می باشد که از 118 نفر پرسنل اداری در کارخانجات کوچک، 132 نفر در کارخانجات متوسط و 80 نفر در واحد های صنعتی بزرگ پرسشگری انجام شد. به منظور جمع آوری اطلاعات و داده های کمی از روش پیمایشی و علی - مقایسه ای استفاده شده است و از پرسشنامه هالپین و کرافت (1996) به منظور سنجش جو سازمان و ابعاد آن و همچنین از پرسشنامه استاندارد کوئین و اسلوین (1988) برای ارزیابی گرایش کارآفرینانه و ابعاد آن استفاده گردیده است. بعد از جمع آوری پرسشنامه ها با استفاده از ضرایب آماری متناسب با نوع متغیرها (آزمون های ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره) محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق نشان می دهد که بین جوسازمانی و ابعاد آن با گرایش کارآفرینانه و ابعاد نوآوری، پیش فعالی، استقلال، در صنایع مورد بررسی، رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد و از بین ابعاد جوسازمانی، بعد علاقه مندی به کار و تعامل اجتماعی همکاران با یکدیگر بیشترین تأثیر را بر ابعاد گرایش کارآفرینانه دارد. اما بین جو سازمان و ابعاد آن با بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی تأثیر مثبت و معنی داری یافت نشد. همچنین نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس و تکمیلی تی توکی نشان می دهد که در بین ابعاد جوسازمان، بیشترین مزاحمت در صنایع کوچک و کمترین مزاحمت در صنایع متوسط وجود دارد. گرایش کارآفرینانه در صنایع متوسط بیش از صنایع کوچک و بزرگ می باشد و کمترین نوآوری در صنایع بزرگ قرار دارد. صنایع متوسط نسبت به دو گروه دیگر، از خطر پذیری و رقابت تهاجمی بیشتری برخوردارند. اما در بررسی بعد پیش فعالی و استقلال، در سه گروه صنایع مورد بررسی تفاوت معنی داری یافت نشد.

واژگان کلیدی: جوسازمانی، ابعاد گرایش کارآفرینانه، شرکت های صنعتی.

فهرست مطالب

1	فصل اول
2	1-1- مقدمه
4	2-1- بیان مسأله
7	3-1- اهمیت موضوع
11	4-1- اهداف تحقیق
12	فصل دوم
13	1-2- مقدمه
14	2-2- مبانی نظری
14	1-2-2- تعریف جوسازمانی
17	2-2-1-1- تفاوت فرهنگ و جو سازمانی
19	2-2-1-2- نظریه های جو سازمانی
23	2-2-1-3- انواع جو سازمانی طبق مدل هالپین و کرافت
24	2-2-1-4- دیدگاه های جو سازمانی
26	2-2-1-5- ابعاد جو سازمانی
30	2-2-1-6- مولفه های جو سازمانی
31	2-2-1-7- عوامل تسهیل کننده جو سازمانی
31	2-2-1-7-1- عوامل فردی
32	2-2-1-7-2- عوامل گروهی
33	2-2-1-7-3- عوامل سازمانی
34	2-2-1-8- عوامل تهدیدکننده جو سازمانی
35	2-2-2- تعاریف کارآفرینی از دیدگاه صاحب نظران
38	2-2-2-1- انواع کارآفرینی
39	2-2-2-3- سازمان کارآفرین
39	2.2.2.1- چهار نوع کارآفرینی شرکتی هربرت و برازل
43	2-2-4- کارآفرینی سازمانی
45	2-2-4-1- انواع کارآفرینی سازمانی

- 47.....2-4-2-2- پیش نیازهای کارآفرینی سازمانی
- 48.....3-4-2-2- مدل‌های کارآفرینی سازمانی
- 48.....1-3-4-2-2- مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلن
- 49.....2-3-4-2-2- مدل کارآفرینی سازمانی اکهلز و نک
- 50.....3-3-4-2-2- مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو و همکارانش
- 52.....4-3-4-2-2- مدل کارآفرینی سازمانی تامپسون
- 53.....4-4-2-2- ابعاد کارآفرینی سازمانی
- 54.....5-4-2-2- عوامل مؤثر بر کارآفرینی سازمانی
- 54.....5-2-2- گرایش کارآفرینانه
- 59.....1-5-2-2- ابعاد گرایش کارآفرینانه
- 59.....1-1-5-2-2- نوآوری
- 62.....2-1-5-2-2- ریسک پذیری
- 66.....3-1-5-2-2- پیش‌فعالی
- 70.....4-1-5-2-2- رقابت تهاجمی
- 72.....5-1-5-2-2- استقلال
- 76.....6-2-2- شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ
- 78.....7-2-2- پیشینه تحقیقات
- 78.....1-7-2-2- تحقیقات داخلی جوسازمانی
- 83.....2-7-2-2- تحقیقات خارجی جوسازمانی
- 88.....3-7-2-2- پیشینه تحقیقات داخلی گرایش کارآفرینانه
- 90.....4-7-2-2- پیشینه تحقیقات خارجی گرایش کارآفرینانه
- 97.....8-2-2- چهارچوب نظری تحقیق
- 99.....9-2-2- مدل پیشنهادی پژوهش
- 99.....10-2-2- فرضیات تحقیق
- 100.....11-2-2- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها
- 100.....1-11-2-2- تعریف مفهومی جوسازمانی
- 100.....2-11-2-2- تعریف عملیاتی جوسازمانی

100	2-2-11-3- تعریف مفهومی گرایش کارآفرینانه
100	2-2-11-4- تعریف عملیاتی گرایش کارآفرینانه
101	فصل سوم
102	3-1- روش تحقیق
102	3-2- جامعه آماری و حجم نمونه ، نحوه نمونه گیری
104	3-3- ابزار سنجش
105	3-4- پایایی و روایی پرسشنامه
105	3-4-1- آزمون تحلیل عامل
110	3-4-2- آزمون تحلیل ماده
113	3-4-3- آزمون پایایی طیف
113	3-5- روش تجزیه و تحلیل داده ها
114	3-6- مراحل انجام کار
115	فصل چهارم
116	4-1- مقدمه
116	4-2- آمار توصیفی
116	4-2-1- بررسی خصوصیات جمعیتی و شغلی پاسخگویان
119	4-2-2- بررسی نگرش پاسخگویان نسبت به جوسازمانی صنایع مورد بررسی
119	4-2-2-1- بررسی وضعیت تعامل اجتماعی همکاران با یکدیگر
120	4-2-2-2- بررسی وضعیت تعامل اجتماعی کارکنان با مدیر
121	4-2-2-3- بررسی وضعیت علاقه مندی کارکنان به کار
122	4-2-2-4- بررسی وضعیت عدم وجود مزاحمت در محیط کار
123	4-2-2-5- بررسی وضعیت جوسازمانی در صنایع مورد بررسی
124	4-2-3- نگرش پاسخگویان در مورد وضعیت گرایش کارآفرینانه صنایع مورد بررسی
124	4-2-3-1- بررسی وضعیت بعد نوآوری، گرایش کارآفرینانه صنایع مورد بررسی
125	4-2-3-2- بررسی وضعیت بعد پیش فعالی، گرایش کارآفرینانه در صنایع مورد بررسی
126	4-2-3-3- بررسی وضعیت بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی، گرایش کارآفرینانه در صنایع مورد بررسی

127	4-3-2-4- بررسی وضعیت بعد استقلال، گرایش کارآفرینانه در صنایع مورد بررسی
128	5-3-2-4- بررسی وضعیت گرایش کارآفرینانه در صنایع مورد بررسی
129	3-4- آمار استنباطی
129	1-3-4- جوسازمانی و ابعاد آن بر گرایش کارآفرینانه تأثیر می گذارد
130	2-3-4- جو سازمانی و ابعاد آن بر بعد نوآوری، گرایش کارآفرینانه تأثیر می گذارد
132	3-3-4- جوسازمانی و ابعاد آن بر بعد پیش فعالی تأثیر مثبت و معنی دار دارد
133	4-3-4- جوسازمانی و ابعاد آن بر بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی تأثیر می گذارد
133	5-3-4- جوسازمانی و ابعاد آن بر بعد استقلال تأثیر می گذارد
135	4-4- بررسی وضعیت جوسازمانی در صنایع کوچک، متوسط و بزرگ
135	5-4- بررسی وضعیت گرایش کارآفرینانه در صنایع کوچک، متوسط و بزرگ
137	6-4- آزمون رگرسیون چند متغیره
141	7-4- آزمون مدل تحقیق
145	8-4- ضرائب برازش مدل
146	فصل پنجم
147	1-5- مقدمه
148	2-5- بحث و نتیجه گیری
148	1-2-5- فرضیات تحقیق
155	4-5- پیشنهادهای تحقیق
155	1-4-5- پیشنهادهای کاربردی مبتنی بر نتایج به دست آمده از تحقیق
157	2-4-5- پیشنهادهای پژوهشی برای تحقیقات آینده
158	5-5- محدودیت های پژوهش
159	1-5-5- محدودیت های قابل کنترل
159	2-5-5- محدودیت های خارج از کنترل
160	پیوست ها
164	فهرست منابع فارسی
167	فهرست منابع لاتین

فهرست جداول

- جدول 2-1- سیر تکاملی نظریات جوسازمانی 22
- جدول 2-2 ابعاد گوناگون کارآفرینی در سطح سازمان 42
- جدول 3-1- تعیین تعداد کارخانه های کوچک،متوسط و بزرگ در جامعه نمونه 103
- جدول 3-2- تعیین تعداد کارکنان اداری در کارخانجات کوچک،متوسط و بزرگ در جامعه نمونه 104
- جدول 3-3- بار عاملی گویه های طیف جوسازمانی در عوامل مختلف 107
- جدول 3-4- بار عاملی گویه های طیف گرایش کارآفرینانه در عوامل چهارگانه 109
- جدول 3-5- ضرائب همبستگی بین گویه های ابعاد جوسازمانی با جمع نمره طیف 111
- جدول 3-6- ضرائب همبستگی پیروان بین گویه های ابعاد گرایش کارآفرینانه با جمع نمره طیف 112
- جدول 3-7- ضرائب آلفای کرنباخ ابعاد جوسازمانی و گرایش کارآفرینانه 113
- جدول 4-1- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس 116
- جدول 4-2- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن 117
- جدول 4-3- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سطح تحصیل آنها 118
- جدول 4-4- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سابقه خدمت 118
- جدول 4-5- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد تعامل اجتماعی همکاران با یکدیگر 120
- جدول 4-6- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد تعامل اجتماعی کارکنان با مدیر 121
- جدول 4-7- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از طیف علاقه مندی کارکنان به کار 122
- جدول 4-8- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد عدم مزاحمت در محیط کار 123
- جدول 4-9- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از طیف جوسازمانی 124
- جدول 4-10- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد نوآوری، گرایش کارآفرینانه 125

- جدول 4-11- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد پیش فعالی، گرایش کارآفرینانه 126
- جدول 4-12- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی، گرایش کارآفرینانه 127
- جدول 4-13- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از بعد استقلال، گرایش کارآفرینانه 128
- جدول 4-14- حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار نمره پاسخگویان از طیف گرایش کارآفرینانه 129
- جدول 4-15- ضرائب همبستگی پیرسون بین جو سازمانی و ابعاد آن و گرایش کارآفرینانه 130
- جدول 4-16- ضرائب همبستگی پیرسون بین بعد نوآوری، گرایش کارآفرینانه و جو سازمانی و ابعاد آن 131
- جدول 4-17- ضرائب همبستگی پیرسون بین بعد پیش فعالی، گرایش کارآفرینانه و جو سازمانی و ابعاد آن 133
- جدول 4-18- ضرائب همبستگی پیرسون بین جو سازمانی و ابعاد آن با بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی 133
- جدول 4-19- ضرائب همبستگی پیرسون بین جو سازمانی و ابعاد آن با بعد استقلال گرایش کارآفرینانه 134
- جدول 4-20- آزمون معنی داری تفاوت میانگین نمره پاسخگویان از بعد عدم مزاحمت در محیط کار در سه گروه صنایع مورد مطالعه 135
- جدول 4-21- آزمون معنی داری تفاوت میانگین نمره پاسخگویان از طیف گرایش کارآفرینانه بر حسب اندازه صنایع 136
- جدول 4-22- آزمون معنی داری تفاوت میانگین نمره پاسخگویان از بعد نوآوری بر حسب اندازه صنایع 136
- جدول 4-23- آزمون معنی داری تفاوت میانگین نمره پاسخگویان از بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی بر حسب اندازه صنایع 137
- جدول 4-24- معادله رگرسیون گرایش کارآفرینانه در مراحل مختلف 138
- جدول 4-25- معادله رگرسیون بعد نوآوری گرایش کارآفرینانه در مراحل مختلف 139

- جدول 4-26- معادله رگرسیون بعد پیش فعالی گرایش کارآفرینانه در مراحل مختلف 140
- جدول 4-27- معادله رگرسیون بعد استقلال گرایش کارآفرینانه در مراحل مختلف 141
- جدول 4-28- ضرائب برازش مدل 145

فهرست نمودارها

- نمودار 1- نمودار تحلیل مسیر بعد نوآوری در مرحله اول 142
- نمودار 2- نمودار تحلیل مسیر بعد پیش فعالی در مرحله اول 142
- نمودار 3- نمودار تحلیل مسیر بعد خطرپذیری و رقابت تهاجمی در مرحله اول 143
- نمودار 4- نمودار تحلیل مسیر استقلال در مرحله اول 143
- نمودار 5- نمودار نهایی تحقیق 144

فهرست شکل ها

- شکل 2-1- ماتریس الگوهای سازمان کارآفرینانه 41
- شکل 2-2- مدل جامع کارآفرینی سازمانی 48
- شکل 2-3- مدل کارآفرینی سازمانی کورنوال و پرلمن 49
- شکل 2-4- مدل کارآفرینی سازمانی اکهلنس و ونک 50
- شکل 2-5- مدل کارآفرینی سازمانی کوارتکو و همکارانش 52
- شکل 2-6- ابعاد مختلف شکل گیری کارآفرینی در سازمان 53

فصل اول کلیات

1-1 - مقدمه:

نرخ فزاینده تغییرات و تحولات در حوزه های علمی، اقتصادی و اجتماعی از عمده ترین ویژگی های عصر حاضر است. پایان جنگ دوم جهانی نقطه آغازین توجه کشورهای مختلف جهان به توسعه اقتصادی می باشد. امری که امروزه با شکل گیری اقتصاد جهانی و رقابت همه جانبه از اهمیت بیشتری نیز برخوردار شده است. از طرف دیگر، سازمانهای امروزی با تحولات و تهدیدات گسترده بین المللی روبرو شده اند که بقای آنها را با خطر مواجه کرده و آنان برای بقای خود باید راه حلها و روشهای جدیدی را تدوین نموده و به نوآوری و خلاقیت مستمر بپردازند. موتور حرکت چنین سازمانهای موفق و کارآمدی، کارآفرینی می باشد، (ذبیحی و مقدسی، 1385:6).

توجه به این مسئله در مورد سازمان هایی که دغدغه خدمت رسانی عمومی داشته و فلسفه وجودی آنان تلاش در جهت حل مشکلات، ایجاد اشتغال، مقابله با بیکاری، افزایش بهره وری و رفاه اجتماعی است، اهمیت بیشتری داشته و تأکید مضاعفی را می طلبد. پس آنچه در شرایط سخت کنونی ضرورت آن در جامعه بیش از پیش احساس می شود پرداختن به مقوله کارآفرینی است (آذرهوش و همکارانش، 1377).

امروزه در کشورهای مختلف در دانش مدیریت و اقتصاد توجه خاصی به کارآفرینی اقتصادمدار و کارآفرینان می شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه ی آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است (آرچی بونگ¹، 2004:4).

در دنیای پر رقابت حاضر سازمان ها نیازمند تغییرند و باید مدیران راههای استفاده از مزایای خلاقیت و نوآوری انسانها را یافته و بستر مناسب فعالیت های کارآفرینانه را فراهم سازند. از جمله شاخص ها و بستر مناسب برای توسعه کارآفرینی سازمانی شامل سبک رهبری، کار تیمی، حمایت کافی مدیران از افراد خلاق و نوآور، سیستم پاداش و تشویق مناسب کارکنان خلاق و ریسک پذیر است، بنابراین برای ترویج روحیه کارآفرینی سازمانی باید شرایط مناسبی در درون سازمان وجود داشته باشد (زارع و همکاران، 1386:72).

یکی از این عوامل مهم جوسازمانی مناسب می باشد. آنتونی لانو (2005) به تأثیرات محیط و جوسازمانی بر رفتارهای کارآفرینانه اشاره کرد، وی نقش محیط و جو کارآفرینانه را در بروز کارآفرینی سازمانی بسیار حیاتی می داند و حمایت مدیریت، صداقت، خطرپذیری و تحمل خطر، نظام پاداش، منابع و ساختار سازمانی حامی را از ویژگی های جو مناسب برای کارآفرینی درون سازمانی بر می شمارد.

گرایش کارآفرینانه، فعالیتهای سازمانی را به سمت نوآوری، خطرپذیری، پیش‌فعالی و رقابت تهاجمی سوق می دهد و در تعادل با محیط اتفاق می افتد. حوزه هایی مانند جو سازمانی، راهبرد های سازمان و فعالیتهای مدیریت، عواملی هستند که گرایش به کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می دهند؛ به طور کلی جوسازمانی مناسب، مستقیماً در مراتب فردی و گروهی تأثیر می گذارد و با توجه به پیامدهای گوناگون به کارآفرینی سازمانی منجر خواهد شد. پژوهشها نشان می دهند که سیاستها، برنامه های سازمان، وضعیت مالی یا ارزش سهام شرکت هیچکدام سازمان را به محیطی مناسب برای کارکردن تبدیل نمی کند، بلکه آنچه از سازمان یک محیط کار ایده آل و مطلوب می سازد، احساس کارکنان نسبت به محیط کار است. از آنجایی که جوسازمانی، ادراکاتی است که افراد از جنبه های گوناگون محیط سازمان دارند در نتیجه کارکنانی که جونا مساعد سازمان را درک می کنند، کمتر متعهد خواهند بود و احتمال کناره گیری آنان از انجام فعالیتهای کارآفرینانه بیشتر است. جو و محیط سازمان نقش مهمی در رفتارهای کارآفرینانه اعضای سازمان دارد، جوسازمانی پویا، ناهمگون یا خصمانه تأثیرات متفاوتی را بر کارآفرینی سازمان دارند.

1-2- بیان مسأله:

به تازگی کارآفرینی به یک مقوله مهم در پژوهش های دانشگاهی تبدیل شده است . به این دلیل که فعالیت های کارآفرینی¹ به عنوان یکی از نیرو محرک های اصلی در رشد اقتصادی است . در نتیجه ، نویسندگان در مقالات و مطبوعات علمی استدلال کردند که کارآفرینی یکی از ویژگی های ضروری برای کارایی بالا می باشد . اگر چه تعریف دقیق کارآفرینی ممکن است قابل تأمل و بحث باشد . به هر حال برای عمل به کارآفرینی باید با دیدگاهی جدید به بهره برداری از فرصت ها پرداخته شود . ادبیات کارآفرینی جنبه های مختلف شناسایی و بهره برداری از فرصت ها را بررسی می کند . پدیده رفتار کارآفرینی در سطح بنگاه و شرکت و یا گرایش کارآفرینی² به عنوان یک نیرو محرکه در پشت فعالیت های کارآفرینی دنبال شده از سوی سازمان قرار دارد و بیش از 20 سال است که به یک ساختار مرکزی در ادبیات و موضوع تحقیقات نظری و تجربی تبدیل شده است . سازمان ها برای انجام فعالیت های کارآفرینی نیاز به یک جو سازمانی مناسب دارند که در این مطالعه به بررسی تأثیر جو سازمانی بر ابعاد گرایش کارآفرینانه می پردازیم . این پژوهش در نظر دارد که به یک بخش مهم از کارآفرینی برای درک بهتر و پیاده سازی تلاش های کارآفرینی به نام ابعاد گرایش کارآفرینانه پردازد . تغییرات سریع محیط ، تشدید فضای رقابتی بین شرکت ها ، رشد سریع کسب و کارهای کوچک ، کوتاه شدن چرخه ی حیات محصولات و افزایش روز افزون انتظار های جامعه نیاز به نوآوری و کارآفرینی را برای بقای سازمانها اجتناب ناپذیر کرده است .

استان دیویس و کریستوفر می یر در کتاب خود " مدیریت در ابهام " (1999) بیان کرده اند که محققان از دنیای امروز به عنوان عصر عدم تداوم یاد می کنند . عصر عدم تداوم به این معنی است که دیگر تجارت و راه حل های گذشته برای مسائل جاری و آینده سازمان کارگشا نیستند . باید به شیوه ای دیگر اندیشید و به دنبال راهکارهای جدید سازمانی بود تا بتوان کالا و خدمات را با حداقل هزینه و با کیفیت برتر ، آن گونه که در شرایط بازار جهانی بتوان رقابت نمود و برنده این مسابقه جهانی بود ، تولید کرد . از این رو ، در دهه های اخیر فعالیت های کارآفرینانه به درون

1-Entrepreneurial Activity

2-Entrepreneurial orientation