

الله أكبر

دانشگاه پیام نور شیراز

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت دولتی

دانشکده علوم انسانی

گروه علمی مدیریت

عنوان:

بررسی رابطه بین کارآفرینی سازمانی و ابعاد محتوایی (فرهنگ-
تکنولوژی) سازمان در شعب پنجگانه شیراز و اداره کل سازمان تامین
اجتماعی

استاد راهنما: دکتر علیرضا موغلی

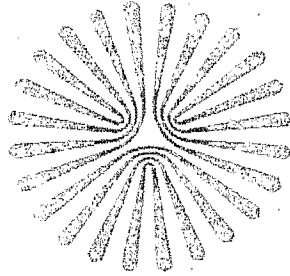
استاد مشاور: دکتر محسن جاجرمی زاده

نگارش:

مرتضی زارع

تیر ۱۳۸۸

۱۲۸۳۹۲



دانشگاه پیام نور

بسمه تعالی

تصویب پایان نامه / رساله

پایان نامه تحت عنوان : بررسی رابطه بین کار آفرینی سازمانی و ابعاد محتوایی (فرهنگ -
تکنولوژی) سازمان در شعب پنجگانه شیراز و اداره کل سازمان تامین اجتماعی

که توسط مرتضی زارع در مرکز شیراز تهیه و به هیأت داوران ارائه گردیده است مورد
تأیید می باشد. تاریخ دفاع: ۸۸/۴/۲۵ نمره: ۱۹ درجه ارزشیابی: عالی

اعضای هیأت داوران:

امضاء

مرتبه علمی

هیأت داوران

نام و نام خانوادگی

دانشیار

استاد راهنما

۱- دکتر علیرضا موغلی

استادیار

استاد مشاور

۲- دکتر محسن جاجرمی زاده

استاد

استاد داور

۳- دکتر نظام الدین فقیه

مری

نماینده تحصیلات تکمیلی

۴- خانم فتانه یزدانی

تقديم به پدر و مادر مهربانم ، به پاس زحمات و گذشت بیدریغشان ،

همسر عزیزم، که همواره در طول این پژوهش با صبر و شکیبایی اش مرا یاری
نمود و
دختر کوچکم ملینا .

سپاسگزاری :

خداوند متعال را سپاس می گویم که توفیق انجام این پژوهش را به من عطا نمود. کمال تشکر را از افراد فرهیخته ای که مراد را انجام این مهم یاری دادند دارم، که اگر همت و راهنمایی آن عزیزان نبود به تنهایی قادر به انجام تحقیق حاضر نبودم. استاد گرانقدر جناب آقای دکتر موغلی که باره نمودهای ارزنده خود راهگشای اینجانب بوده اند استاد محترم، جناب آقای دکتر جاجرمی زاده که در تمام مراحل پژوهش همواره از مشاوره ایشان بهره مند شدم. استاد گرامی جناب آقای دکتر فقیه، که داوری این پژوهش را قبول زحمت نمودند.

چکیده:

طی چنددهه اخیر در حوزه صنعت، اقتصاد و تجارت جهانی شتاب تحولات و تغییرات به حدی است که برای کشورهای نظیر کشور ما که دچار تاخر و توسعه ای هستند، شرائط اعجاب آور و قابل تاملی پدید آورده است. چنانکه دچار یک جبر تاریخی شده و آن چیزی جز پیمودن مسیری که کشورهای پیشرفته و توسعه یافته در فراروی ما گذاشته اند نمیباشد چرا که نه فرصت، نه سرمایه و نه منابع کافی برای ابداع شیوه و روش جدید پیشرفته و توسعه داریم و نه توان خارج شدن از دریای دستاوردهای تکنولوژیک و مدرن امروزمین را.

تحقیق حاضر به بررسی ابعاد محتوایی سازمان (فرهنگ و تکنولوژی) باکارآفرینی سازمانی در شعب پنجگانه شیراز و اداره کل سازمان تامین اجتماعی پرداخته است.

در فصل اول به بررسی موضوع تحقیق، بیان اهمیت آن و سوالات، اهداف و مفروضات پژوهش پرداخته ایم. فصل دوم پژوهش از دو بخش تحقیقات نظری و عملی تشکیل شده است که در بخش نظری به بررسی دیدگاههای مختلف نسبت به تعاریف و مفاهیم، فرهنگ تکنولوژی- کارآفرینی اشاره میکند و بخش عملی نیز اشاره کلی به تحقیقات صورت پذیرفته ای که در این زمینه شده است دارد.

فصل سوم پژوهش حکایت از جامعه آماری تحقیق، که متشکل از ۴۰۰ نفر از پرسنل شعب پنجگانه و اداره کل سازمان تامین اجتماعی استان فارس و ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه ای که حاوی سه بخش: فرهنگ با ۶۶ سوال - تکنولوژی با ۴۸ و کارآفرینی با ۲۵ می باشد. برای بررسی و آزمون همبستگی بین ابعاد محتوایی و کارآفرینی کارکنان از رگرسیون دو متغیره استفاده شده است.

فصل چهارم پژوهش، تجزیه و تحلیل اطلاعات را شامل می شود که ارتباط فرهنگ و تکنولوژی با کارآفرینی را معنادار نشان می دهد و از عدم ارتباط بین ویژگیهای جمعیت شناختی با ابعاد محتوایی و کارآفرینی حکایت دارد.

نهایتاً فصل پنجم تحقیق نیز شامل: مقدمه، طرح مجدد مساله تحقیق، پیشنهادات کاربردی، پیشنهاداتی برای تحقیقات بعدی، محدودیتهای تحقیق و نهایتاً نتیجه گیری است.

واژگان کلیدی: فرهنگ، تکنولوژی، کارآفرینی.

فصل اول: کلیات

- ۱-۱-۱-مقدمه: ۲
- ۱-۲-مساله اصلی تحقیق (بیان مساله): ۳
- ۱-۳-اهمیت موضوع و ضرورت تحقیق: ۴
- ۱-۴-اهداف تحقیق: ۵
- ۱-۴-۱-اهداف اصلی: ۵
- ۱-۴-۲-اهداف فرعی: ۶

فصل دوم: ادبیات تحقیق

- ۱-۲- مبانی نظری تحقیق ۸
- ۱-۱-۲- مروری بر نظریه ها ۸
- ۱-۱-۱-۲- فرهنگ سازمانی: ۸
- ۱-۱-۲-۲- تکنولوژی: ۱۵
- ۱-۱-۲-۳- کارآفرینی ۲۷
- ۲-۲- مدل و فرضیه های تحقیق ۳۷
- ۱-۲-۲- فرضیات اصلی: ۳۷
- ۲-۲-۲- فرضیات فرعی: ۳۸
- ۳-۲- پیشینه تحقیق ۴۱
- ۱-۳-۲- تحقیقات داخلی ۴۱
- ۲-۳-۲- نقد تحقیقات داخلی: ۵۳
- ۳-۳-۲- تحقیقات خارجی ۵۳
- ۴-۳-۲- نقد تحقیقات خارجی ۶۱

فصل سوم روش تحقیق

- ۱-۳-۱- روش تحقیق ۶۵
- ۱-۳-۱-۱- از نظر هدف تحقیق ۶۵
- ۱-۳-۱-۲- از نظر روش تحقیق ۶۶
- ۱-۳-۲- جامعه آماری : ۶۷
- ۱-۳-۳- شیوه نمونه گیری و حجم نمونه ۶۷
- ۱-۳-۳-۱- روش نمونه گیری: ۶۸
- ۱-۳-۴- شیوه ها و ابزارهای گرد آوری داده ها و ارتباط آنها بامدل تحقیق ۶۸
- ۱-۳-۴-۱- پرسشنامه: ۶۸
- ۱-۳-۵- روایی و پایایی (قابلیت اعتماد) ۷۱
- ۱-۳-۶- روش های جمع آوری اطلاعات ۷۲
- ۱-۳-۷- فنون تحلیل داده ها ۷۳

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

- ۱-۴-۱- تجزیه و تحلیل اطلاعات ۷۵
- ۱-۴-۱-۱- بیان توصیفی ۷۵
- ۱-۴-۱-۲- بیان استنباطی ۷۶

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

- ۱-۵-۱- طرح مجدد مساله پژوهش: ۱۰۰
- ۱-۵-۲- پیشنهادات کاربردی: ۱۰۸
- ۱-۵-۲-۱- پیشنهاداتی حاصل از ادبیات تحقیق مربوط به کارآفرینی سازمانی : ۱۱۰

۱۱۰ ۵-۲-۲- پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده.....

۱۱۱ ۵-۳- محدودیتهای تحقیق: ...

فهرست منابع

۱۱۲ الف. منابع فارسی.....

۱۱۴ ب. منابع خارجی.....

فهرست جداول

- جدول ۱-۲: فرهنگ سازمانی قوی و ضعیف ها روی ۱۲
- جدول ۲-۲: فرهنگ سازمانی انواع شخصیتها ۱۲
- جدول ۲-۳: الگوی ویلیام اوچی برای شناخت فرهنگ سازمانی ۱۴
- جدول ۲-۴: طبقه بندی تکنولوژی نیومن ۱۸
- جدول ۳-۱: ابعاد مولفه ها و سوالات مربوط به پرسشنامه های تکنولوژی، فرهنگ، کارآفرینی ۷۰
- جدول ۴-۱: جنسیت ۷۵
- جدول ۴-۲: مدرک تحصیلی ۷۵
- جدول ۴-۳: پست سازمانی ۷۶
- جدول ۴-۴: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۷۷
- جدول ۴-۵: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های تکنولوژی با کارآفرینی سازمانی ۷۸
- جدول ۴-۶: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۷۹
- جدول ۴-۷: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی ۷۹
- جدول ۴-۸: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۰
- جدول ۴-۹: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های نوگرایی با ابعاد محتوایی سازمان ۸۰
- جدول ۴-۱۰: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۱
- جدول ۴-۱۱: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های فعالیت با ابعاد محتوایی سازمان ۸۲
- جدول ۴-۱۲: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۳
- جدول ۴-۱۳: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های خطرپذیری با ابعاد محتوایی سازمان ۸۳
- جدول ۴-۱۴: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۴
- جدول ۴-۱۵: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های رویکرد استراتژیک با ابعاد محتوایی سازمان ۸۴
- جدول ۴-۱۶: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۵
- جدول ۴-۱۷: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های رویکرد منابع با ابعاد محتوایی سازمان ۸۶
- جدول ۴-۱۸: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۷
- جدول ۴-۱۹: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های ساختار مدیریت با ابعاد محتوایی سازمان ۸۷
- جدول ۴-۲۰: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون ۸۸

- جدول ۴-۲۱: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های فلسفه پاداش با ابعاد محتوایی سازمان..... ۸۹
- جدول ۴-۲۲: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون..... ۹۰
- جدول ۴-۲۳: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های فرهنگ کارآفرینی با ابعاد محتوایی سازمان..... ۹۰
- جدول ۴-۲۴: تحلیل واریانس بین سابقه کار با کارآفرینی..... ۹۱
- جدول ۴-۲۵: خلاصه گامهای مربوط به کارآفرینی و مولفه های ابعاد محتوایی سازمانی..... ۹۱
- جدول ۴-۲۶: تحلیل واریانس جهت صحت گامهای رگرسیون..... ۹۲
- جدول ۴-۲۷: ضرائب رگرسیون جهت مولفه های ابعاد سازمانی (تکنولوژی و فرهنگ)..... ۹۳
- جدول ۴-۲۸: تحلیل واریانس بین سابقه کار با ابعاد محتوایی..... ۹۴
- جدول ۴-۲۹: تحلیل واریانس بین وضعیت شغلی و کارآفرینی..... ۹۴
- جدول ۴-۳۰: تحلیلی واریانس بین وضعیت شغلی و ابعاد محتوایی..... ۹۵
- جدول ۴-۳۱: تحلیل واریانس بین مدرک تحصیلی (میزان تحصیلات) و کارآفرینی،..... ۹۵
- جدول ۴-۳۲: تحلیل واریانس بین مدرک تحصیلی (میزان تحصیلات) و ابعاد محتوایی..... ۹۶
- جدول ۴-۳۳: آزمون تحلیل واریانس یک راهه جهت بررسی تفاوت بین سن و کارآفرینی..... ۹۶
- جدول ۴-۳۴: تحلیل واریانس بین سن و ابعاد محتوایی..... ۹۷
- جدول ۴-۳۵: آزمون t جهت بررسی تفاوت بین جنسیت و کارآفرینی..... ۹۷
- جدول ۴-۳۶: آزمون جهت بررسی تفاوت بین جنسیت و ابعاد محتوایی..... ۹۸

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۲: سطوح فرهنگ سازمانی (شاین ۱۹۹۹): ۱۰
- نمودار ۲-۲: مراحل تکامل تکنولوژی ۲۳
- نمودار ۳-۲: چرخه حیات تکنولوژی. ۲۴
- نمودار ۴-۲: مدل (الگوی تحقیق)..... ۴۰
- نمودار ۵-۲: الگوی مفهومی کلرک..... ۵۸
- نمودار ۶-۲: الگوی مفهومی زهیر ۶۰

فصل اول

کلیات

۱-۱- مقدمه :

فرآیند تغییر زندگی بشر از دوران غار نشینی تاکنون تحت تاثیر عامل تغییر بوده است. در این میان عوامل انسانی نقش بسزایی داشته است. کارآفرینان، نقش برجسته ای را در عامل انسانی ایفا می کنند و از جایگاه والایی برخوردارند. کارآفرینان را موتور توسعه اقتصادی میدانند، تلاش برای تشویق محیط به معرفی تعداد بیشتری از کارآفرینان و ظهور استعدادهای کارآفرینان از جمله مسائلی است که امروزه خیلی به آن توجه شده است. تغییر و تحولات در دهه اخیر و افزایش روزافزون رقابت، پیچیدگی، پویایی و عدم اطمینان شرایط محیطی موجب گردیده تا سازمانهای بزرگ نتوانند، باشکتهای کوچک که از انطاف پذیری، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند، رقابت کنند. در وضعیت کنونی اقتصاد جهانی تنها کشورهایایی از ابعاد مختلف جهانی شدن تاثیر و اثر می پذیرند که بتوانند کالاها و خدماتی نو و مطابق نیاز مشتری عرضه نمایند. یکی از عوامل اصلی این امر کارآفرینی سازمانی است، بدین صورت که در این کشورها، تک تک افراد سازمان خودشان را در قبال اهداف سازمان متعهد میدانند و برای همین امر نیز حداکثر استعداد خودشان را برای پیشرفت و بقای سازمان بکار میگیرند. از جمله مواردی که در این شرکتها و در این سازمانها چنین زمینه ای را بوجود آورده است، فضای حاکم بر سازمانهاست که کارکنان در آن با حداکثر تعهد بکار خود ادامه میدهند و آنچه که بیشترین تاثیر را در ایجاد فضا داشته باشد ابعاد محتوایی سازمانی است که به مثابه کالبد اصلی این سازمان عمل می نماید. همانطور که گفته شد، کارآفرینی سازمانی و به تبع آن سازمانهای کارآفرین از مهمترین عوامل پیشرفت کشورها محسوب میشود. با توجه به نیاز فعلی کشور ما برای پیشرفت و توسعه و نیز رسیدن به جایگاه واقعی، کارآفرینی سازمانی میتواند کشور را در رسیدن به این مهم یار دهد. لذا شناسایی ابعاد محتوایی (فرهنگ، تکنولوژی) مناسب

برای کارآفرینی سازمانی میتواند در راستای تحقق اهداف مورد نظر باشد.

۱-۲- مساله اصلي تحقيق (بيان مساله) :

تحولات و دگرگونی نظامهای اجتماعی - اقتصادی عصر حاضر، ریشه در پیشرفت و تغییرات بوجود آمده در علم و تکنولوژی دارد، که این به نوبه خود منجر به تغییر علاقه و ذائقه ها گردیده است. بدون تردید سازمانهای عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین المللی روبرو هستند. از این روتضمین و تداوم حیات و بقا سازمانها نیازمند یافتن راه حلها و روشهای جدید مقابله به مشکلات می باشد که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات فرآیندها و روشهای جدید بستگی زیادی دارد (داریانی، ۱۳۷۸: ۲۴).

مسائل امروز سازمانها با راه حلهای دیروز حل شدنی نیست و پیش بینی آینده اقدام کرد. امروز شرایط محیطی و قواعد بازی به حدی بی رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن شده است که سازمانها دیگر نمیتوانند تنها به تغییرات روبنایی مثل تغییر روشها، سیستمها، ساختار، تکنولوژی و...، حیات و بقای بلندمدت خود را تضمین کنند. سیستم پیشنهادات نمیتواند افراد را اخلاق کند، نمیتواند قالبهای غلط ذهنی انهارا مورد شناسایی قرار داده و اصلاح کند. کارگروهی افرادی که مدلهای ذهنی غلط و توسعه نیافته دارند، کارگروهی نیست، بلکه گروه کاریست، لذا سازمانهای امروز باید انقلابی در اذهان مدیران و کارکنان خود بوجود آورده اند تا اساسا مفهوم سازمان، کار، کیفیت، رقابت، سود... در نظر آنها دگرگون شود. از اینرو مدیریت مدلهای ذهنی غلط کارکنان دانسته است (صمدآقایی، ۱۳۷۸: ۶).

باتوجه به اهمیت مبحث کارآفرینی در دنیای امروز، توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی پیش از پیش ضروری به نظر می رسد؛ در این زمینه سازمانهای مختلف در کشورهای دیگر به کارآفرینی توجه خاصی مبذول نموده و زمینه های لازم برای کارآفرینی سازمانی را فراهم آورده اند. برای رسیدن به این هدف، مدیران باید به نقشهایی روی آورند که متناسب با شرایط متحول محیطی باشد کارآفرینان افرادی هستند که فرصتها را در دل بی نظمی و هرج و مرج تشخیص میدهند.

آنها کاتالیزورهای صبوری برای ایجاد تغییر در بازار هستند، باورز شکاران قابل مقایسه اند که در المپیک برای شکستن رکوردهای جدید مبارزه میکنند. همینطور دوندگاری که بارنج

کیلومترها دویدن دست و پنجه نرم میکنند، رهبر ارکستر سمفونی که مهارت و صداهای مختلف را به شکل یک ریتم تنظیم میکنند و یا خلبانان تیز پروازی که مرز جسارت را درمینوردند. آنها با سرعتی نفس گیر شرکتها را تاسیس کرده و فرصت شغلی ایجاد میکنند.

لذا توجه به این مبحث در ابعاد و جنبه های مختلف آن برای کشور مادر حال حاضر لازم و حیاتی است. در کشور ما به بحث کارآفرینی و سبویژه کارآفرینی سازمانی توجه کمتری شده و زمینه های مورد نیاز برای آن فراهم نشده است. در این پژوهش مساله اصلی تحقیق اینست که مشخص نماییم چه رابطه ای بین کارآفرینی سازمانی و ابعاد محتوایی (فرهنگ، تکنولوژی) به فرض ثابت بودن اندازه، محیط و استراتژی سازمان، در اداره کل و شعب سازمان تامین اجتماعی شیراز دارند تا با شناسایی روابط مختلف این ابعاد زمینه افزایش کارآفرینی سازمانی را در سازمانهای کشورمان فراهم نماییم.

۱-۳-۱ اهمیت موضوع و ضرورت تحقیق:

امروزه بسیاری از شرکتها به لزوم کارآفرینی سازمانی پی برده اند، در واقع اینگونه تغییر در استراتژی در پاسخ به نیازهای است که بر شرکتها تحمیل گردیده است:

- افزایش سریع رقبای جدید.
- ایجاد حس بی اعتمادی نسبت به شیوه های مدیریت سنتی در شرکتها.
- خروج بهترین نیروهای کار از شرکتها و اقدام آنها به کارآفرینی مستقل.

بطور کلی پیشرفت سریع دانش و فن آوری، حضور اثربخش بازارهای سرمایه و آشنایی بیش از پیش مدیران با پدیده کارآفرینی سبب گردیده تا گرایش به کارآفرینی در استراتژی شرکتها شدیداً مورد تاکید قرار گیرد (داریانی، ۱۳۷۸: ۱۳۴).

بنابراین در جهان امروز تفکر کارآفرینی و استفاده از آن در سازمانها امری اجتناب ناپذیر است همانطور که تولد و مرگ سازمانها به بینش، بصیرت و توانایی های موسسین بستگی دارد. رشد و بقای آنها نیز به عواملی نظیر توانایی خلاقیت و نوآوری منابع انسانی آنها وابسته است. اگر برنامه ریزان تصمیم گیرندگان و کارکنان سازمان کارآفرین باشند، فرصتهای اقتصادی را بهتر درک کرده

وقادرن ازمنابع موجود به منظور نوآوری استفاده بیشتری نمایند و نتیجتا سریعتر رشد کرده و در صحنه رقابت دوام آورند. از آنجاییکه خلاقیت و نوآوری و توان کشف فرصتهای جدید بازار از بارزترین ویژگیهای کارآفرینان است و اصولاً خصوصیات روانی و رفتاری اینگونه افراد (از قبیل: استقلال طلبی، نیاز به موفقیت، ریسک پذیری و...) و ماهیت طبیعی نوآوری، شرایط خاص و متفاوتی را در سازمان می طلبد، لذا شناخت ویژگیهای بستر مناسب برای جذب و رشد کارآفرینان، اولین قدم اساسی ترین مساله روز سازمانها محسوب میگردد. بخصوص در شرایطی که جهانی شدن اقتصاد و صنعت، عرصه رقابت را برای سازمانهای سنتی کشورهای مثل کشور ما تنگ تر می کند.

بنظر می رسد برخی شرکتهای بزرگ نیز به نقاط ضعف خود در جنبه های اجرایی مشخص و اساسی پی برده اند و به این دلیل که نوآوری بیشتری داشته باشند، ساختارهای خود را اصلاح کرده اند. همانطور که گفته شد، کارآفرینی سازمانی و به تبع آن سازمانهای کارآفرین از مهمترین عوامل پیشرفت کشورهای امروزی محسوب میشود. با توجه به نیاز فعلی کشور برای پیشرفت و توسعه و نیز رسیدن به جایگاه واقعی، کارآفرینی سازمانی میتواند کشور ما را در رسیدن به این امریاری رساند. لذا شناسایی ابعاد محتوایی (فرهنگ، تکنولوژی) مناسب برای کارآفرینی سازمانی میتواند در راستای تحقق اهداف مورد نظر باشد.

۱-۴-۱- اهداف تحقیق:

۱-۴-۱-۱- اهداف اصلی:

بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با ابعاد محتوایی سازمان (فرهنگ و تکنولوژی) در اداره کل و شعب سازمان تامین اجتماعی شهر شیراز.

بررسی تعیین میزان سهم مولفه های ابعاد محتوایی با کارآفرینی سازمانی.

بررسی رابطه ویژگیهای جمعیت شناختی (سابقه کار- میزان تحصیلات- سن- جنس) با ابعاد محتوایی و کارآفرینی.

۱-۴-۲- اهداف فرعی:

- بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با فرهنگ سازمانی.
- بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با تکنولوژی سازمانی.
- بررسی رابطه نوگرایی با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه فعالیت با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه خطرپذیری با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه رویکرد استراتژیک با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه رویکرد منابع با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه ساختار مدیریت با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه فلسفه پاداش با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه فرهنگ کارآفرینی با ابعاد محتوایی سازمانی.
- بررسی رابطه بین ویژگیهای جمعیت شناختی (سابقه کار- میزان تحصیلات- سن- جنس) با کارآفرینی سازمانی.
- بررسی رابطه بین ویژگیهای جمعیت شناختی (سابقه کار- میزان تحصیلات- سن- جنس) با ابعاد محتوایی سازمان.
- بررسی تعیین میزان سهم مولفه های ابعاد محتوایی با ابعاد کارآفرینی سازمان.

فصل دوم

ادبیات تحقیق

مقدمه:

این فصل ازدو بخش، تحقیقات نظری و عملی تشکیل گردیده است باتوجه به گستردگی موضوع بخصوص درحوزه فرهنگ و پیچیدگی مبحث تکنولوژی ازیک سو، واهمیت کارآفرینی درچنددهه اخیربخش اول این فصل ۳ زیربخش: فرهنگ - تکنولوژی - کارآفرینی تقسیم که به ترتیب، تعاریف، مفاهیم و دیدگاههای مختلف صاحب نظران و اندیشمندان داخلی و خارجی موردبررسی قرارگرفته است. بخش دوم این فصل، باتوجه به تحقیقات متنوعی که ازسوی محققان داخلی و خارجی صورت پذیرفته حاوی دوزیربخش: تحقیقات داخلی و خارجی میباشدکه هرکدام به اختصار وبنحوی ازانحاء و باتوجه به قلمرو زمانی و مکانی به بررسی کارآفرینی پرداخته اند.

۲-۱- مبانی نظری تحقیق

۲-۱-۱- مروری برنظریه ها

۲-۱-۱-۱- فرهنگ سازمانی:

تعریف فرهنگ از جنبه لغوی: دریکی از متونی که از زبان پهلوی باقیمانده است، فرهنگ به مفهوم دانش و دانایی آمده و نوشته شده است:

-به خواستاری فرهنگ کوشاچه فرهنگ تخم دانش است و به آن خوداست و خردآرایش دوجهان.

-فرهنگ اندر فراضی پیرایه و اندر شگفتی (سختی).

-پانه (نگهبان).

-اندر آستانه (مصیبت) و اندر تنگی (تنگی پیشه) است (روح الامینی، ۱۳۷۳: ۷۶).

«ازلحاظ معنوی فرهنگ، واژه ای فارسی است که از اجزاء مرکب «فر» و «هنگ» تشکیل یافته است. «فر» به معنی جلو و «هنگ» از ریشه اوستایی «تنگنا» و به معنی کشیدن و بیرون کشیدن گرفته شده است در زبانهای انگلیسی و فرانسوی واژه کالچر^۱ بکار می رود و نیز معنای کشت و کار یا پرورش بوده است (مشبکی، ۳۸۰: ۱۰۵).

^۱ culture