

بررسی رابطه‌ی کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای

شهرستان گچساران

دکتر عبدالمحمد طاهری^۱، دکترامین شایان جهرمی^۲، سهیلا ترابی^۳

چکیده: نظر به اهمیت نقش کارآفرینی در رابطه با خلاقیت در سازمان‌ها، این پژوهش با هدف بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان گچساران انجام شد. در این پژوهش که از نوع همبستگی بود در نیم سال تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۸۸ انجام گرفت. آزمون‌های کارآفرین سازمانی (پرسشنامه ۱۲۱ سوالی دکتر هومن) و خلاقیت (پرسشنامه ۲۸ سوالی رندسپیت) بر روی کلیه کارکنان رسمی، قرار دادی و حق‌اندیس سازمان فوق با مدرک تحصیلی (دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس و فوق لیسانس) که به روش سرشماری (N: ۹۶) انتخاب شده بودند؛ انجام و به کمک روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، درصد فراوانی) و هم‌چنین روش‌های آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره و ضریب همبستگی ماتریس، تحلیل شد. نتایج نشان داد که بین کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سطح (P: ۰/۰۵) همبستگی مثبت معنادار وجود دارد و هم‌چنین بین ابعاد کارآفرینی سازمانی با خلاقیت در سطح (P: ۰/۰۵) و (P: ۰/۰۵) همبستگی مثبت معنادار وجود دارد که این نتایج با نتایج یافته‌های قبلی هماهنگ و هم‌سو است.

کلید واژه‌ها: کارآفرین، سازمان، کارآفرینی سازمانی، خلاقیت، نوآوری.

^۱- استادیار دانشگاه تربیت معلم شهید رجایی تهران

^۲- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی شیراز

^۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی (نویسنده مسئول) sahel torabi@yahoo.com

مقدمه

از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری در آغاز هزاره سوم میلادی فرایند کارآفرینی و خلاقیت است که اساس و بسترساز تغییر و تحول و دگرگونی است. افراد، سازمان‌ها و جوامعی که نتوانند خود را با این تحولات پرشتاب همگام کنند دچار توقف، سکون و اضمحلال می‌شوند. در این میان افرادی هستند که در زمانی که همگان بر هرج و مرج، نابسامانی، تناقض و عدم تعادل اذعان دارند، به دنبال به دست آوردن فرصتی هستند تا بتوانند با ارائه محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه، تعادل را برقرار کرده و اوضاع را سامان بخشند و ارزشی از خود بر جای گذارند. این افراد که محور توسعه اقتصادی هستند، کارآفرین¹ خوانده می‌شوند. کارآفرینان موجب می‌شوند تا سازمانی از سازمان‌های دیگر پیشی بگیرد و کشوری نسبت به کشورهای دیگر به نحو چشم‌گیر پیشرفت نماید.

مسلماً با توجه به پیچیده شدن سازمان‌ها، رشد تکنولوژی، نو و بدیع بودن علم سازمان‌ها، مدیران به‌طور روزافزون تلاش می‌کنند، دریابند چگونه سازمان‌های خود را کارآفرین و خلاق سازند تا باعث رشد و موفقیت سازمان‌هایشان شوند. (عطایی، ۱۳۸۷، به نقل از، خسروی نیا طاهری ۱۳۸۷). زیرا اگر ایده نو وارد سازمان‌ها نشود رو به زوال می‌روند. در واقع برای سازمان‌های امروز خلاقیت و نوآوری و کارآفرینی هر کدام به مثابه پله‌های نردبان ترقی هستند که باید با آگاهی کامل و موفقیت‌طی شود (فرهنگی، صفرزاده، ۱۳۸۶).

در این پژوهش به بررسی رابطه بین کارآفرینی سازمانی و خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان گچساران می‌پردازیم، تا شاید بتواند در افزایش توانمندی کارکنان سازمان مذکور به عمل آید.

¹ Entrepreneur

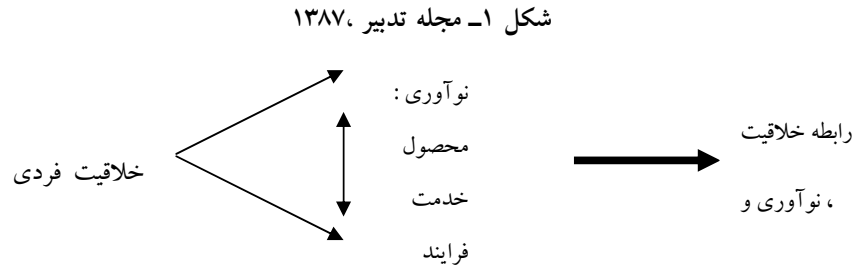
کارآفرینی درون سازمانی، فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار هستند (آقایی، ۱۳۸۷). این فرایند نیازمند یک عمل کارآفرینانه و یک عامل کارآفرینانه است. عمل کارآفرینانه به مفهوم سازی و پیاده سازی یک ایده، فرایند، محصول، خدمت یا یک کسب و کار جدید دلالت دارد. عامل کارآفرینانه، فرد یا گروهی است که مسئولیت شکوفا سازی و به بار نشستن عمل کارآفرینانه را بر عهده می‌گیرد. فرایند کارآفرینی دارای اجزای نگرشی و رفتاری است. از نظر نگرشی، فرایند کارآفرینانه به تمایل یک فرد یا سازمان برای بهره‌گیری و استفاده از فرصت‌های جدید و ایجاد تغییر خلاقانه اشاره دارد (میلرو فریسن، ۱۹۸۲^۲). از نظر رفتاری، فرایند کارآفرینی شامل مجموعه‌ای از اقدامات است که برای شناسایی و ارزیابی یک فرصت، تعریف یک مفهوم تجاری و کاری، شناسایی منابع مورد نیاز و پیاده سازی و بهره‌برداری از کسب و کار ضروری است (استیونسون^۳، ۱۹۸۵). فعالیت‌هایی که به‌طور سریع از حمایت قانونی و منبع سازمانی در جهت تلاش‌های نوآورانه برای ارائه محصول جدید، رشد، بهبود محصول و فرایندهای جدید تولید، برخوردار می‌گردد. به طور کلی می‌توان گفت کارآفرینی سازمانی به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در یک یا چند سازمان اشاره دارد. خلاقیت را به عنوان جوهره‌ی کارآفرینی و عامل کلیدی موفقیت و بقای سازمان‌ها می‌دانند (آقایی، ۱۳۸۲). راجرز^۴ معتقد بود که انگیزه اصلی خلاقیت، گرایش انسان در به فعالیت درآوردن خویشتن به سوی گسترش، رشد، پختگی، گرایش به آشکارسازی و به کار انداختن همه قابلیت‌های خویشتن است (مسدد، ۱۳۶۹). بنابراین خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌هاست. با نوآوری، این اندیشه‌های نو به محصول تبدیل می‌شود. به عبارت دیگر، در خلاقیت اطلاعات به دست می‌آید و در نوآوری، آن اطلاعات به صورت‌های گوناگون عرضه (رابینز، ۱۹۹۱) و باعث تغییر و دگرگونی در

^۲ miller & friesen

^۳ Stevenson et al

^۴ Rogers

محصول جدید می‌شود. در این راستا، وبر و دستیارانش ارتباط میان خلاقیت، نوآوری و تغییر را به شکل شماره یک ترسیم کردند:



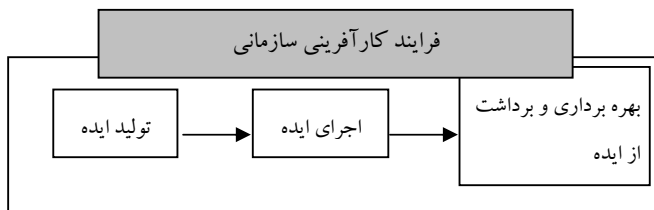
با نگاهی به روند رشد و توسعه جهانی در می‌یابیم که با افزایش فناوری‌های پیشرفته، نقش و جایگاه کارآفرینان به طور فزاینده‌ای بیشتر می‌شود (بلچ و استمپ^۵، ۲۰۰۳). کارآفرین می‌تواند مهم‌ترین تأثیر را بر توسعه اقتصادی داشته‌باشد؛ به همین دلیل در تبیین نظریه‌ی توسعه اقتصادی نقش اصلی را به کارآفرین نسبت می‌داد. از دیگر تأثیرات کارآفرینی می‌توان به: بهبود کیفیت زندگی، توزیع متناسب درآمد و به دنبال آن آسودگی خاطر، بهره‌برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره‌وری عظیم ملی اشاره کرد. هم‌چنین کارآفرینی موجب سود اجتماعی از طریق دولت می‌شود، (شاه حسینی، ۱۳۸۶).

امروزه، کارآفرینی، تکامل چشم‌گیری داشته به طوری که انواع جدیدی از کارآفرینی به منصفه ظهور رسیده‌است. به طور کلی اغلب محققان کارآفرینی را مشتمل بر دو نوع عمده می‌دانند: کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی. در کارآفرینی فردی، فرد کارآفرین به طور مستقل و جداگانه اقدام به انجام کارآفرینی می‌کند اما در کارآفرینی سازمانی، فرد کارآفرین در درون یک سازمان از قبل تأسیس شده اقدام به انجام کارآفرینی می‌کند (آقایی، ۱۳۸۵). هم‌چنین کارآفرینی سازمانی دارای فرایندی است

⁵ Block and Stump

که با شناخت فرصت آغاز شده و با بهره‌برداری و برداشت به پایان می‌رسد. کارآفرین با طی هر مرحله به مراحل بالاتر دست پیدا می‌کند. (شاه حسینی ، ۱۳۸۶)

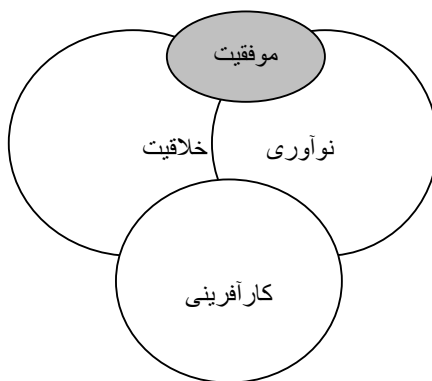
شکل ۲- فرایند کارآفرینی سازمانی از نظر فرهنگی و صفرزاده (۱۳۸۴)



کارآفرینان در انجام این فرایند، باید دارای ویژگی‌هایی باشند تا بتوانند در کار خود موفق شوند که این شامل احساس مسئولیت و داشتن عزم و اراده، استفاده از فرصت‌ها، تحمل مخاطره، ابهام و عدم اطمینان، خلاقیت، اتکاء به نفس و قدرت سازش، انگیزه برتری طلبی می‌شود (پایداروهمکاران ، ۱۳۸۶). اما در انجام کارآفرینی در سازمان‌ها و شرکت‌ها موانعی وجود دارد که بسیاری از آنها ناخواسته هستند و بازخوردی از به‌کارگیری مدیریت سنتی به شمار می‌روند. در برخی مواقع این موانع آن قدر مخرب است که کارآفرینان ترجیح می‌دهند از این کار اجتناب کنند. برخی از ابعاد موانع کارآفرینی از دیدگاه فرای شامل ۱- ماهیت سازمان‌های بزرگ ۳- فقدان استعداد کارآفرینانه ۴- شیوه‌های نادرست پاداش است (احمد پورداریانی ، ۱۳۸۰)

بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌ها به ضرورت خلاقیت و کارآفرینی پی برده‌اند. نقش و جایگاه خلاقیت به حدی است که در مغرب زمین گفته می‌شود ، «یا مرگ یا خلاقیت» (آقایی ، ۱۳۸۲). بر همین اساس الگوی زیرتوسط جی او آکینب (۲۰۰۵) ارائه شده‌است.

شکل ۳- الگوی جی او آکینب



در این الگو عوامل سه گانه‌ی نوآوری، خلاقیت و کارآفرینی مجموعاً باعث بالا بردن موفقیت تحصیلی و شغلی می‌شود. ایجاد و رشد خلاقیت در سازمان مستلزم وجود عوامل و شرایط مناسب است. این عوامل می‌توانند گوناگون باشند. عده‌ای معتقدند که موفقیت سازمان‌ها مبتنی بر وجود افراد خلاق است و بر همین اساس جذب و استخدام افراد خلاق را به سازمان‌ها پیشنهاد می‌کنند. توجه دقیق به خلاقیت، به خوبی نشان می‌دهد که سازمان‌های نوآور برای مسائلی از قبیل وقت آزاد، دسترسی به اطلاعات، آزادی عمل، سیستم پیشنهادهای مؤثر و سریع، تشویق و خطرپذیری و نوآوری و غیره اهمیت فوق العاده‌ای قائل هستند (فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸۷). توین‌بی فیلسوف معروف، سال‌ها پیش خلاقیت را به منزله‌ی حیات یک جامعه می‌دانست و اعتقاد داشت که اگر جامعه نتواند از موهبت خلاقیت حداکثر استفاده را ببرد و بدتر از این اگر این توانایی را سرکوب کند، انسان دیگر از حق ذاتی خود یعنی اشرف مخلوقات بودن محروم می‌شود (تورنس ۱۹۷۲، فریروکولینز ۱۹۹۱، گالاگر ۱۹۸۵، گتزلز و جکسون ۱۹۶۲، حسینی ۱۳۸۱).

پیشینه پژوهش

در چند دهه‌ی اخیر کارآفرینی و خلاقیت به عنوان یکی از مباحث عمده‌ی مطالعات سازمانی تبدیل شده‌است. در ایران نیز سال‌های گذشته پژوهش‌هایی در این حوزه‌ها انجام شده‌است که عبارتند از:

عزیزی زاده (۱۳۸۶)، در پژوهشی که با عنوان «بررسی اثر بخشی آموزش خلاقیت بر افزایش نگرش کارآفرینانه بیکاران شهر تهران»، در دانشگاه علامه طباطبایی انجام داده بود، بیان می‌داشت که خلاقیت می‌تواند نگاه متفاوت داشتن به مسأله و رسیدن به یک راه حل جدید باشد. چگونه می‌توان با بهره‌گیری از این موضوع معضل بیکاری را بهبود بخشید؟ آیا آموزش تکنیک‌های فردی و گروهی خلاقیت منجر به نگرش کارآفرینانه می‌شود؟ آیا آموزش خلاقیت بر رفتار کارآفرینان مؤثر خواهد بود؟ نتایج این تحقیق در سطح $p < 0/05$ معنا دار بوده‌است که با نتایج یافته‌های تحقیقات انجام شده قبلی، هماهنگ بود.

شکرکن و همکارانش (۱۳۸۱)، در تحقیقی با عنوان « بررسی رابطه‌ی ساده و چندگانه‌ی خلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی» در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز چنین بیان کرده که نتایج این پژوهش با یافته‌های تحقیقات انجام شده در خارج از کشور هماهنگ بود.

توسل خدمتی (۱۳۷۹)، در پژوهشی که با عنوان « بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی» در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کاردانش کرج از نظر مدیران، دبیران و دانش آموزان در نیمسال دوم سال تحصیلی ۷۹-۷۸ در دانشگاه شهید بهشتی انجام شده بود، بیان داشت نظام آموزشی به خصوص مدارس کاردانش و فنی و حرفه‌ای باید در فراهم آوردن زمینه‌های بروز و پرورش خلاقیت و نوآوری تلاش برنامه‌ریزی شده‌ی بلندمدت و مؤثر داشته باشند. اساس تلاش‌ها می‌توانند زمینه ساز توسعه کارآفرینی نیز قرار گیرد.

دهقانپور فراشاه (۱۳۸۱) به نقل از گالوی و همکاران (۲۰۰۵)، در پژوهشی که بر روی ۵۱۹ دانشجو از چهار دانشگاه اسکاتلند انجام داده بودند، دریافتند که آموزش کارآفرینی بر افزایش مهارت‌های دانشجویان در خلاقیت توانایی کارگروهی و اعتماد به نفس و هم‌چنین مهارت‌های ارتباطی و مهارت‌های مدیریتی تأثیر داشته‌است.

ریسال^۶، (۱۹۹۲)، در پژوهشی که در کشور اندونزی انجام داده بود، مشاهده کرد که از جمله صفات مؤثر در انتخاب شغل، کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری است.

کارلند، کارلند و استورات^۷، (۱۹۹۶)، نیز اعتقاد داشت که ویژگی‌های کارآفرینان مجموعه‌ای از عوامل شخصیتی را در بر می‌گیرد که عملکرد نوآورانه خلاق تنها یکی از آنهاست.

شاپن^۸، (۱۹۹۴)، معتقد بود که کارآفرینان واقعی مشاغل جدید را بیشتر به دلایل نوآوری و خلاقیت شروع می‌کند تا انگیزه‌های اقتصادی.

⁶ Rissal

⁷ Csrland , Carland & Stewart

⁸ Schein

فرضیات پژوهش

در این پژوهش، هدف پژوهشگر، بررسی رابطه‌ی بین کارآفرینی سازمانی و خلاقیت در سازمان فنی و حرفه‌ای بود. فرضیات پژوهش حاضر شامل:

۱. بین کارآفرینی سازمانی و خلاقیت رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین ابعاد کارآفرینی سازمانی که شامل: (سخت کوشی، مسئولیت پذیری، موفقیت، ریسک پذیری، انعطاف پذیری، کنترل درونی، روایی کلامی و خلاقیت و تحمل ابهام) با خلاقیت رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش به کار گرفته شده در این تحقیق، روش توصیفی از نوع پیمایشی بوده است. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل کلیه‌ی کارکنان سازمان فنی و حرفه‌ای اعم از کارکنان رسمی، کارکنان قراردادی و حق التدریس شهرستان گچساران در سال ۱۳۸۹-۱۳۸۸ بوده‌اند. در این پژوهش تعداد آزمودنی‌ها (نمونه آماری) با تعداد جامعه‌ی آماری برابر بود. (تعداد آزمودنی‌ها ۱۰۰ نفر بودند).

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ی استاندارد ۱۲۱ سوالی کارآفرینی سازمانی هومن، (۱۳۸۵) و پرسشنامه‌ی استاندارد ۲۸ سوالی خلاقیت رندسپیت^۹ بوده، که این پرسشنامه‌ها پس از کسب موافقت و هماهنگی قبلی با سازمان فنی و حرفه‌ای شهرستان گچساران، بین کارکنان توزیع گردیده بود. علاوه بر توضیح کلی که در صفحه‌ی اول پرسشنامه درج شده بود، به صورت شفاهی و هم‌چنین به صورت مجزا و گروهی در خصوص نحوه‌ی پاسخگویی به سؤالات و اهداف پرسشنامه توضیحاتی داده شده بود.

روایی و پایایی پرسشنامه

ابتدا پرسشنامه‌های (خلاقیت و کارآفرینی سازمانی) در اختیار هشت تن از اساتید متخصص قرار داده شد تا درباره‌ی محتوای پرسشنامه و تناسب آن با سؤالات و اهداف

⁹ rend spit

پژوهش، قضاوت و داوری کنند. پیشنهادات داده شد در ویرایش نهایی پرسشنامه‌ها لحاظ گردید.

هومن به منظور تعیین میزان پایایی آزمون، پرسشنامه کارآفرینی سازمانی که بر روی یک نمونه ۳۴ نفری از جامعه آماری انجام شده بود؛ میزان ضرایب پایایی برای ابعاد هفتگانه پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ از ۰/۶۷ تا ۰/۹۴ به دست آمد و ضریب اعتبار کل پرسشنامه ۰/۹۸ شد. سیادت و همکاران، (۱۳۸۱) در پژوهش خود روایی پرسشنامه اخلاقیت را ۰/۹۱ به دست آورده بود و ضریب پایایی پرسشنامه اخلاقیت رندسیپ، (۱۹۷۹)، را از طریق فرمول ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ اعلام نمود. پژوهشگر در تحقیق خود پایایی پرسشنامه اخلاقیت رندسیپ را از طریق فرمول ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ محاسبه کرده و ضریب پایایی ابعاد هفتگانه پرسشنامه کارآفرینی سازمانی را بر طبق جدول زیر این گونه محاسبه کرده است:

جدول شماره ۱- ضریب پایایی کارآفرینی

ضریب آلفای کرونباخ	ابعاد هفت گانه کارآفرینی
۰/۹۷	سخت کوشی، مسئولیت پذیری، موفقیت
۰/۷۲	ریسک پذیری
۰/۶۸	کانون مهار گری کنترل درونی
۰/۹۰	روائی کلامی
۰/۷۳	نوآوری و اخلاقیت
۰/۸۰	انعطاف پذیری
۰/۷۵	تحمل ابهام

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش برای پاسخگویی به فرضیات پژوهش از روش‌های آماری در دو سطح، آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد که در آمار توصیفی از میانگین، انحراف معیار، درصد فراوانی استفاده گردید و در روش آمار استنباطی از روش ضریب

همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره و ضریب همبستگی ماتریس استفاده شد. هم‌چنین تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق نرم افزار **SPSS** انجام گرفت.

یافته‌های پژوهش

فرضیه شماره ۱: بین کارآفرینی سازمانی و خلاقیت رابطه معناداری وجود دارد. برای بررسی این فرضیه از روش ضریب همبستگی پیرسون رگرسیون چند متغیره استفاده گردید. در ابتدا جهت تعیین اینکه آیا بین متغیرها رابطه وجود دارد یا خیر؟ از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتیجه‌ی آن در قالب ماتریس همبستگی در جدول زیر آمده است:

جدول شماره ۲- ماتریس همبستگی بین کارآفرینی سازمانی و خلاقیت

متغیرها	کارآفرینی	خلاقیت
کارآفرینی	۱	---
خلاقیت	*۰/۸۰۸	۱

همانطور که مشاهده می شود بین خلاقیت و کارآفرینی در سطح ۰/۰۵. رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه شماره ۲: بین ابعاد کارآفرینی سازمانی و خلاقیت رابطه معناداری وجود دارد. برای بررسی این فرضیه از روش ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. در ابتدا جهت تعیین این که آیا بین متغیرها رابطه وجود دارد یا خیر از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد که نتیجه آن در قالب ماتریس همبستگی به شکل زیر آمده است:

جدول شماره ۳- ماتریس همبستگی بین ابعاد کارآفرینی و خلاقیت

	خلاقیت	سخت‌گویی	ریسک‌پذیری	کنترل‌درونی	خلاقیت	انعطاف‌پذیری	ابهام	روایی کلامی
خلاقیت	۱							
سخت‌گویی	*.۸۵۸	۱						
ریسک‌پذیری	*.۵۲۴	*.۶۹۳	۱					
کنترل‌درونی	*.۲۲۸	*.۳۶۱	*.۳۳۱	۱				
خلاقیت	*.۳۱۳	*.۴۶۹	*.۵۱۹	*.۶۱۴	۱			
انعطاف‌پذیری	*.۴۰۱	*.۵۳۶	*.۴۶۱	*.۴۶۲	*.۵۱۴	۱		
ابهام	*.۳۷۵	*.۵۰۲	*.۵۳۱	*.۴۴۰	*.۵۲۷	*.۵۶۲	۱	
روایی کلامی	*.۵۷۵	*.۷۲۲	*.۵۵۲	*.۴۵۸	*.۴۸۲	*.۶۹۴	*.۴۵۶	۱

N=۹۶

*: معنی داری در سطح ۰/۰۵

** : معنی داری در سطح ۰/۰۱

بین خلاقیت و تمامی ابعاد متغیر کارآفرینی در سطح ($P < ۰/۰۱$) رابطه معنی داری وجود دارد که به منظور بررسی اینکه کدام یک از ابعاد متغیر کارآفرینی پیش بین قوی‌تری برای متغیر خلاقیت است ابتدا آزمون تحلیل واریانس را انجام می‌دهیم.

جدول شماره ۴ - تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری رگرسیون

ضریب	ضریب تعیین	آماره	درجه آزادی	درجه آزادی	سطح
همبستگی	آزمون	صورت	مخرج	معناداری	چند گانه
۰/۸۶۹(a)	۰/۷۵۴	۶۳۱/۳۸	۷	۸۸	۰/۰۰۰

نتایج مشاهده شده در جدول ۴ نشان می‌دهد که بین ابعاد متغیر کارآفرینی و خلاقیت رابطه خطی معنی دار ($P < ۰/۰۱$) وجود دارد و می‌توان خلاقیت را از روی ابعاد کارآفرینی پیش بینی نمود. از طرفی چون ضریب تعیین ۰/۷۵۴ شده است پس فقط ۰/۷۵۴ از تغییرات در متغیر خلاقیت مربوط به تغییر در ابعاد متغیر کارآفرینی است. با توجه به ستون آخر جدول ۶، تنها بعد از متغیر کارآفرینی که در خط رگرسیون معنی دار است سخت کوشی است و خط رگرسیون عبارت است: سخت کوشی

$$خلاقیت = ۱/۰۰۵$$

جدول شماره ۵- ضرایب بتا و سطح معناداری آنها

متغیرهای پیشین	ضریب رگرسیون استاندارد شده	ضریب رگرسیون استاندارد شده	T	سطح معناداری
سخت کوشی	۰/۳۹۱	۱/۰۰۵	۱۱/۲۳۹	۰/۰۰۰
ریسک پذیری	-۰/۲۴۶	-۰/۱۰۱	-۲۸۵/۱	۰/۲۰۲
کنترل درونی	-۰/۱۵۸	-۰/۰۴۴	-۰/۶۲۴	۰/۵۳۴
خلاقیت	-۰/۱۹۹	-۰/۰۵۲	-۰/۶۷۴	۰/۵۰۲
انعطاف پذیری	-۰/۱۴۴	-۰/۰۱۸	-۰/۲۲۴	۰/۸۲۳
ابهام	-۰/۱۰۸	-۰/۰۰۲	-۰/۰۳۰	۰/۹۷۶
روایی کلامی	-۰/۰۹۹	-۰/۰۳۶	-۰/۳۹۲	۰/۶۹۶

بحث و نتیجه‌گیری

به‌طور سنتی نقش دولت محدود به سیاست و اداره امور بوده‌است، یعنی اجرای قوانین و مقررات مناسب و تضمین اینکه این قوانین و مقررات به‌طور مناسبی به اجرا گذاشته می‌شوند تا زمینه‌های لازم برای یک جامعه‌ی با ثبات و مرفعی ایجاد گردد (موی^{۱۰}، ۱۹۹۴). هم‌چنین با پیدایش اقتصاد جهانی و افزایش آگاهی از رقابت پذیری، دولت‌ها به‌طور فزاینده‌ای در صدد انجام وظیفه‌ی دیگری هستند: یعنی پرورش و توسعه کارآفرینی (رینولدز^{۱۱}، ۲۰۰۴). هدف از این تحقیق بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی با خلاقیت و هم‌چنین بررسی رابطه‌ی ابعاد کارآفرینی سازمانی با خلاقیت بود که بین فرضیه‌ها طبق نتایج به‌دست آمده رابطه‌ی معنا دار وجود دارد. نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های تحقیقات انجام شده در داخل و خارج از کشورها هماهنگ بود که

¹⁰ Moe

¹¹ Reynolds

از جمله می‌توان به تحقیقات خانم عزیزی زاده (۱۳۸۶)، شکرکن و همکارانش (۱۳۸۱)، دهقانپور فراشاه (۱۳۸۱) به نقل از گالوی و همکاران (۲۰۰۵)، شاپن (۱۹۹۴) و ریسال (۱۹۹۲)، توسلی خدمتی (۱۳۷۹) و کارلند، کارلند و استوارت (۱۹۹۶)، اشاره کرد. در پی کارآفرینی شدن سازمان‌ها، خلاقیت در کارکنان شکوفا می‌شود که این باعث ایجاد اعتماد به نفس و حس باارزش بودن در کارکنان می‌گردد. سازمان و مدیران می‌توانند از دستاوردهای کارآفرینان در جهت منافع سازمان استفاده کنند. پس مدیران به جای محدود کردن کارکنان باید عرصه را برای شکوفا کردن استعدادهای آنها مهیا کنند و از کارکنان خلاق و کارآفرین حمایت‌های مالی و معنوی شود تا به نتایج مطلوب سازمان دست یابند. به همین دلیل در سازمان‌هایی مانند فنی و حرفه‌ای که به اشتغال زایی می‌پردازند باید مدیران مدبر و توانایی داشته باشند که توانایی خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد، ترویج و تشویق کند ولی متأسفانه در این سازمان پست‌ها را گاهی در اختیار اشخاصی قرار می‌دهند که در این مورد مهارت چندانی ندارند و بیشتر کارهایشان بر اساس ضوابط اداری انجام می‌دهند که این باعث کاهش خلاقیت در کارکنان سازمان‌ها می‌شود. اما سازمان فنی و حرفه‌ای می‌تواند از طریق اتخاذ یک رویکرد کارآفرینانه سازمانی، ارزش‌های جدید را به ذی‌نفعان مختلف خود ارائه دهند. با این وجود، نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که به‌کارگیری و اشاعه‌ی رفتارها و اقدامات خلاق و کارآفرینانه در سازمان‌های فنی و حرفه‌ای می‌تواند در وضعیت مطلوب‌تری قرار گیرد که برای انجام این مهم راهی بسیار طولانی در پیش است و برای پویا کردن سازمان از طریق ایجاد، پرورش و کاربردی نمودن خلاقیت می‌توان روحیه‌ی جسارت علمی، انتقادگری و انتقادپذیری، و روحیه‌ی علمی و پژوهشی را در تک تک کارکنان سازمان تقویت کنند. با بازنگری روال گذشته و تولید افکار، اندیشه‌ها و کالا و خدمات جدید از طریق تراوشات فکری کارکنان را سرلوحه‌ی کار خود قرار دهند و نوگرایی به عنوان یک ارزش نهادی جزء باورهای مشترک سازمان شود. هم‌چنین مدیران و کارکنان سازمانی باید تدابیری بیندیشند که کارآفرینی را در سازمان گسترش دهند. یعنی به جای توجه به کمیت و برگزاری

دوره‌های آموزشی - مهارتی کوتاه مدت به کیفیت و ارتقاء سطح مهارتی کارکنان و همچنین علایق آنها توجه ویژه‌ای کنند.

به عنوان یک نتیجه‌گیری کلی می‌توان گفت کارآفرینی سازمانی و اخلاقیت پدیده‌های پیچیده‌ای هستند که تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرند. بنابراین نهادینه کردن آنها در سازمان‌ها، به‌ویژه در سازمان فنی و حرفه‌ای مستلزم رویکرد سیستماتیک، واقع‌گرایانه و بلندمدت است و رویکردهای جزئی، کوتاه مدت و مقطعی کارساز و مفید نخواهند بود.

منابع

- احمد پور داریانی، محمود. (۱۳۸۰). کارآفرینی. تهران: پردیس
- توسل خدمتی، احمد. (۱۳۷۹). بررسی زمینه‌های بروز و پرورش کارآفرینی در دبیرستان‌های پسرانه دولتی کاردانش کرج. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی چاپ نشده، دانشگاه شهید بهشتی. -پایدار، رشید. آقا محمدی، مصطفی. رستم نژاد، بهزاد. (۱۳۸۶). کارآفرینی. جلد اول، تهران: انتشارات گسترش علوم پایه.
- حسینی، افضل السادات. (۱۳۸۱). تأثیر برنامه آموزش اخلاقیت بر دانش، نگرش و مهارت معلمان. تهران: سازمان پژوهش و برنامه ریزی.
- دهقان پور فریاد، علی. (۱۳۸۱). کارآفرینی و کارآفرینان، تعریف و ویژگی‌ها. فصل نامه صنایع، شماره ۳۳، ص ۸-۳.
- رابینز، استیفن. (۱۳۶۹). مبانی رفتار سازمانی (ترجمه دکتر قاسم کبیری). تهران: مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- سعیدی کیا، مهدی. (۱۳۸۶)، اصول و مبانی و کارآفرینی. تهران: کیا.
- شاه حسینی، علی. (۱۳۸۶). کارآفرینی. تهران: آبیژ.
- شکرکن، حسین. نجاریان، بهمن. شهنی بیلاق، منیژه. برومندنسب، مسعود. (۱۳۸۱) بررسی رابطه ساده و چندگانه اخلاقیت، انگیزه پیشرفت و عزت نفس با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز، مجله علوم تربیتی و روانشناسی، پاییز و زمستان.

صمد آقایی، جلیل. (۱۳۸۲). سازمان کار آفرین. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.

صمد آقایی، جلیل. (۱۳۸۵). خلاقیت جوهره کارآفرینی. چاپ اول. تهران: ناشر مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.

صمد آقایی، جلیل. (۱۳۸۷). کارآفرینی در کارآفرینی. تهران: انتشارات مؤسسه کاروتامین اجتماعی.

عزیزی زاده، سهیلا. (۱۳۸۶). بررسی اثر بخشی آموزش خلاقیت بر افزایش نگرش کارآفرینانه بیکاران شهر تهران. پایان نامه چاپ نشده، کارشناسی ارشد رشته مشاوره شغلی، دانشگاه علامه طباطبایی دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی.

فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده، حسین. (۱۳۸۴). طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرایند کارآفرینی سازمانی. ماهنامه علمی - پژوهشی دانشور رفتار دانشگاه شاهد: سال دوازدهم شماره ۱۴. ص ۲۰-۱.

فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده، حسین. (۱۳۸۷). کارآفرینی (مفاهیم، نظریه‌ها، مدلها و کاربردها). تهران: مؤسسه کارو تامین اجتماعی.

مسدد، علی اصغر. (۱۳۶۹). هنر و علم خلاقیت. مرکز نشر دانشگاه.

Akinb, J.O, (2005). Creativity and Innovation, U.S.A, CYF. Center Publication.

Block, and S.A. Stump (2003); " Entrepreneurship Education Research : Experience and Challenge " ; In Sexton, D.L., Kasarda, J. D. (Ends), The State of the Art Of Entrepreneurship ; PWS – Kent publishing company, Boston.

Cal and, J.A. Carland, G.W & Stewart, W.H. (1996) seeing what's not there : the enigma of entrepreneurship, JOURNAL OF SMALL Business strategy 7(1), spring 1-20.

Fryer, M & Callings, y; (1991). British Teacher Views of Creativity Journal of Creativity behavior V: 25. N. I P 7.

Gallagher, J. J. (1985) Tea chining The Gifted Child, Allen And Bacon.

Gateless, J. W. & Jackson, paw; (1962). Creativity and Intelligent.

Miller , D.& Friesen , P. H . (1982) . Innovation in conservative and entrepreneurial Firms: Two Models of strategic Mortem , Strategic Management Jo arena , 1 :1-25

Rissal , Romeo. (1992) .Study of the char clerisies of entrepreneurs in Indonesia. Dissertation , George Washington university, EDD 1918 – 49/06 P.1516 DEC.1988.

Schein , E.H .(1994) . Entrepreneurs : what they're really like . vocational Education journal , 64(80) , 42 – 44.

Stevenson, HH ., Roberts , M.J,& Groesbeck, HI . (1985) . New business ventures and the entrepreneur . Homewood .Irwin.

Torrance . E Paul . (1972) ; Can We Teach Children to Think creatively ? Journal of Creative Behavior ; 6,114 – 143 .

