

فصلنامه‌ی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت

سال اول - شماره‌ی ۱ - بهار ۸۹

صص ۱۴۲-۱۲۹

## بررسی رابطه‌ی میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی

### (مورد مطالعه دانشگاه شهید بهشتی)

مهرزاد علیمردانی<sup>۱</sup>، محمد قهرمانی<sup>۲</sup> و محمود ابوالقاسمی<sup>۳</sup>

#### چکیده

هدف اصلی در این پژوهش بررسی رابطه‌ی میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی بوده است. پژوهش توصیفی از نوع همبستگی و پیمایشی بوده است. جامعه‌ی مورد پژوهش تمامی کارکنان رسمی، قراردادی و پیمانی که دارای مدرک کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا بوده اند که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای تعداد ۱۰۳ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شده اند. به منظور گردآوری داده‌ها از فرم پرسشنامه محقق ساخته (پرسشنامه‌ی کارآفرینی سازمانی) و پرسشنامه‌ی استاندارد (ساختار سازمانی) استفاده شده است. داده‌های جمع‌آوری شده، به دو شیوه‌ی توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند متغیره) تجزیه و تحلیل شده اند. نتایج پژوهش حاکی از این است که بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای معنا دار وجود دارد و بین مولفه‌های ساختار سازمانی (رسمیت، پیچیدگی و تمرکز) با کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معکوس وجود دارد. یعنی هر چه رسمیت، قانون و مقررات و پیچیدگی در سطح (عمودی، افقی، جغرافیایی) و تمرکز سازمانی بالاتر باشد، کارآفرینی سازمانی کمتر می‌شود و بین تخصص‌گرایی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معنا دار وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: ساختار سازمانی، کارآفرینی سازمانی، دانشگاه شهید بهشتی

۱- کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه شهید بهشتی

۲- استاد یار دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی

۳- استاد یار دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی

### مقدمه

تغییرات سریع محیطی شرایطی جدیدی را برای آموزش عالی ایجاد کرده است. براینکه این شرایط، لزوم توسعه ی توانمندی های کارآفرینی در کشور به منظور ایجاد کسب و کارهای جدید، استفاده از ظرفیت های بدون استفاده، توسعه ی ظرفیت های موجود و حل مشکلات اجتماعی است. در پاسخ به این چالش ها، مأموریت جدید دانشگاهها ایجاد توانمندی های کارآفرینی در دانش آموختگان دانشگاههاست. بدین منظور دانشگاهها می بایست ابتدا خود را برای ایفای این نقش آماده کنند. به بیان دیگر کارآفرینی دانشگاهی راهی به سوی دانشگاههای کارآفرین است (یداللهی فارسی، ۱۳۸۶، ص ۹۳).

امروزه دانشگاهها افزون بر نقش اولیه ی خود (ترویج دانش و گسترش پژوهش) دامنه ای گسترده تر از فعالیت ها را سر لوجه ی هدف های خود قرار داده اند تا بدین وسیله ارتباطی نزدیک تر با جامعه ی پیرامون خود برقرار نمایند. در سایه ی این نگرش، امکان بهره گیری هر چه بیش تر از ظرفیت های بالقوه و تکنولوژیکی دانشگاه فراهم می شود دستاوردهای دانشگاه از دو راه فعالیت های جامعه را تحت تأثیر قرار می دهد: نخست با ارائه ی خدمات آموزشی، رشد سرمایه ی انسانی را موجب می شود. سپس به عنوان یک مرکز پژوهشی و در قالب مراکز پژوهش و توسعه، امکان بکارگیری دستاوردهای نوین علمی در عرصه های گوناگون اقتصادی اعم از کشاورزی، خدمات و حتی بازار را نیز فراهم می آورد. تقویت و توسعه ی کارآفرینی راهکاری جهت حل معضل اشتغال خواهد بود و دانشگاه کارآفرین با بهره گیری از پتانسیل های موجود در دانشگاه به بهتر سازی و رشد کارآفرینی می پردازد و موجبات کاهش نرخ کارآفرینی را پدید می آورد (رهایی، ۱۳۸۷).

از این رو موضوع دانشگاه کارآفرین<sup>۱</sup> با سه موضوع کلیدی دنبال می شود:

(۱) خود دانشگاهها به عنوان یک سازمان کارآفرین شوند.

(۲) اعضای دانشگاه، اساتید، دانشجویان و کارکنان خودشان را به سمت کارآفرین شدن سوق بدهند.

(۳) تعامل دانشگاه و محیط (ارتباط موثر و ساختمند بین دانشگاه و سازمان ها) الگوهای کارآفرینانه ای را جهت اشتغال دانش آموختگان در پی خواهد داشت (کردنائیج و شمس، ۱۳۸۴، ص ۶۰).

ساختار سازمانی که رفتار کارآفرینانه را (کشف فرصت، تسهیل فرصت، دنبال کردن فرصت) تشویق می کند، عنصر اولیه لازم برای موفقیت کارآفرینانه سازمانی است. همان گونه که

<sup>۱</sup> - University Entrepreneurship

"بورگل مان"<sup>۱</sup> به آن اشاره می‌کند، "زمینه‌ی ساختاری"<sup>۲</sup> مکانیسم‌های مدیریتی متنوعی دارد که یک مدیریت خوب می‌تواند با دستکاری آن بر تفکرات غالب عاملان استراتژی در سطوح عملیاتی و میانی سازمان تأثیر گذار باشد. کلید ایجاد یک ساختار کارآفرینانه می‌تواند در برگزیده‌ی چندین فاکتور اساسی از جمله ترویج فرهنگ و جو درست باشد. یک جو کارآفرینی که به ترویج و تسهیل فرصت‌ها کمک می‌کند همین‌طور این انگیزه را نیز در کارمندان پرورش می‌دهد تا از فرصت‌های بوجود آمده در داخل یک ایدئولوژی (ایدئولوژی که کارمندان می‌توانند به آن متعهد باشند و از این راه سرمایه‌ی اجتماعی بدست آورند) استفاده‌ی بهینه نمایند. این امر مستلزم یک فلسفه‌ی سازمانی است که جهت‌گیری آن به نقش افراد، ارتباطات و نوآوری‌های سطح عملیاتی است. ارتباطی که کانون آن اهمیت، تعهد و روابط متقابل باشد، ساختار کارآفرینانه حمایتی بوجود می‌آورد. از اینجاست که قدرت و کنترل در ساختار کارآفرینانه از راه تسهیل و بکارگیری نوآوری‌ها در داخل یک سازمان روی می‌دهد (چولز و نیک<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸، ص ۳).

روی هم رفته هر چند سازمان‌های دولتی (دانشگاهها) برای کارآفرین شدن با مشکلاتی رو به رو هستند، ولی این سازمان‌ها دارای پتانسیل و توانی ویژه برای کارآفرینی هستند که در صورت فراهم نمودن زمینه‌های لازم به نتایجی بهینه در این زمینه می‌توان دست یافت برای فراهم نمودن این زمینه‌ها، تغییرات اساسی در ساختار این سازمان‌ها امری ضروری به نظر می‌رسد (مدهوشی و همکاران، ۱۳۸۶، ص ۲).

این مطالب فقط در سطح تئوری نیستند و در زندگی واقعی هم کاربرد زیادی می‌تواند داشته باشد. بسیاری از شرکت‌های نفتی ساختارهای خود را از راه مدل‌های کارآفرینانه بازسازی کرده‌اند. شرکت نفتی "شل"<sup>۴</sup> با نظارت فلیپ کارول<sup>۵</sup> ساختار قدیمی از بالا به پایین خود را به نفع ساختارهای نوینی که در آن روحیه‌ی کارآفرینی نقش غالبی داشته و بر روی همکاری تأکید می‌شده، تغییر داده است.

یکی از مهم‌ترین عامل‌هایی که می‌تواند بیش‌ترین تأثیر را در ایجاد چنین فضایی داشته باشد، ساختار سازمانی است که به عنوان کالبد اصلی سازمان عمل می‌کند، لذا در این پژوهش، رابطه‌ی میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است.

<sup>1</sup> - Burgelman

<sup>2</sup> - Structural context

<sup>3</sup> - Echols & neck

<sup>4</sup> - Shel oil Company

<sup>5</sup> - Philip J Carroll

### پیشینه ی پژوهش

پژوهشی توسط البرت کاربونا<sup>۱</sup>، میچیل اچ موریس<sup>۲</sup> و آنتونی ج ولا<sup>۳</sup> در سال ۱۹۹۸ "با عنوان تأثیر رسمیت و تمرکز بر کارآفرینی در شرکت های صادراتی" انجام شد. پژوهشگران در این پژوهش به این نتیجه رسیدند که همبستگی مجموع شاخص ها یک رابطه ی معنادار مستقیمی بین رفتار کارآفرینانه و هر یک از سازه های مرکزیت و رسمیت را پیش بینی می کند. در کل می توان چنین استدلال کرد که سطح بالای تمرکز در سازمان سطح پائینی از کارآفرینی را موجب می شود و میزان بالای سطح رسمیت رابطه ی مثبت با کارآفرینی سازمانی دارد.

دونسی (۲۰۰۳) به نقل از دیوید سون<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) در پژوهشی به بررسی پیامدهای تأثیر کارآفرینی سازمانی، انعطاف پذیری، تمایل به بازار و رضایت شغلی پرداخت که نتایج پژوهش نشان می دهد رابطه ی معنی دار بین سطح اعتماد و کارآفرینی سازمانی وجود دارد. در سطوح بالای اعتماد در بین اعضای سازمان تأثیری مثبت بر نوآوری از راه تبادل اطلاعات وجود دارد. بر همین اساس، اعتماد زمانی در سازمان توسعه می یابد که کانال های اطلاعاتی باز باشد.

رنال شوهر به نقل از دیویدسون و ویکلند<sup>۵</sup> (۲۰۰۱) در سال ۱۹۸۶ ارتباط بین آزادی عمل و تشویق ناشی از عامل های ساختاری و رویه های سازمانی را بررسی کرده و برای پرورش افراد کارآفرین در سازمان باور دارد که اگر سازمان درای ویژگی های زیر باشد، از فعالیت های کارآفرینی پائین به فعالیت های کارآفرینی بالا ارتقا می یابد: واحدها کاملاً مستقل و طبقه ای باشد، گروههای ریسک کننده مستقل از شرکت ها وجود داشته باشد، بوروکراسی سازمانی به حداقل برسد و انعطاف پذیری سازمانی را افزایش دهیم.

رضازاده (۱۳۸۲) در پژوهشی به بررسی ارتباط بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی تهران پرداخت و به نتایج زیر دست یافت: رابطه ای معنی دار بین پیچیدگی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی وجود دارد، اما ضریب همبستگی بدست آمده منحنی بوده و نشانگر رابطه ی معکوس بین پیچیدگی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی است. رابطه ی معنی دار بین رسمیت ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی بدست آمد، اما ضریب همبستگی منحنی بوده و نشانگر رابطه ی معکوس بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی است و بین

<sup>1</sup> - Albert caruana

<sup>2</sup>-Michel H mirris

<sup>3</sup> - Anthny J vella

<sup>4</sup> -Davidsson,P

<sup>5</sup>-Wiklund

تمرکز و کارآفرینی سازمانی هم رابطه‌ی ای معنا دار وجود دارد، اما این رابطه به صورت معکوس است.

مطالعات مارشال و همکارانش در سال ۲۰۰۲ در رابطه با ساختار سازمانی و احساس عدالت فرضیه‌های آنها را مورد حمایت قرار داد. در این پژوهش رابطه‌ی میان ابعاد ساختار سازمانی<sup>۱</sup> (پیچیدگی<sup>۲</sup>، رسمیت<sup>۳</sup> و تمرکز<sup>۴</sup>) و اندازه‌ی آنها با احساس عدالت مورد بررسی قرار گرفت. آنها فرض کرده بودند که تأثیر ساختار سازمانی بر ادراک عدالت در افراد با مقیاس سازمانی پایین، نسبت به تأثیر ساختار سازمانی در افراد با مقیاس سازمانی بالا قوی تر است. نتیجه‌ی پژوهش‌های آنها عموماً فرضیه‌هایشان را تأیید کرد. به بویژه این که ابعاد ساختار سازمانی تأثیری مهم بر احساس رویه‌ای، توزیعی و تعاملی داشت (به نقل حسین زاده، ۱۳۸۷).

در این پژوهش سعی شده است که رابطه‌ی بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی بررسی شود. بر این اساس فرضیه‌های زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد. فرضیه‌ی اصلی پژوهش این است که "بین کارآفرینی سازمانی و ساختار سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ی معنادار وجود دارد"

فرضیه‌های فرعی پژوهش به شرح زیر تعیین شده است:

- بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ی معنی دار وجود دارد.
- بین پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ی معنی دار وجود دارد.
- بین تمرکز و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ی معنی دار وجود دارد.
- بین تخصص‌گرایی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ی معنی دار وجود دارد.

## روش پژوهش

با توجه به ابزارهای مورد استفاده، عنوان پژوهش و بررسی رابطه‌ی میان ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی، روش پژوهش از نوع پیمایشی و همبستگی است. در این پژوهش جامعه‌ی آماری دربرگیرنده‌ی ۱۴۰ نفر از کارکنان دانشگاه شهید بهشتی، اعم از رسمی، پیمانی و قراردادی است که دارای مدرک کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکترا

<sup>۱</sup> - Organizational Structure

<sup>۲</sup> - Complexity

<sup>۳</sup> - Formality

<sup>۴</sup> - Centralization

بوده اند که با استفاده از جدول کرجسی- مورگان تعداد ۱۰۳ نفر با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شده است.

برای اندازه گیری ساختار سازمانی از پرسشنامه ی استاندارد ساختار سازمانی (رابینز، فیفر و پاتچن) استفاده شده است و پرسشنامه ی کارآفرینی سازمانی<sup>۱</sup> بر اساس مولفه های آن به وسیله ی پژوهشگر طراحی و تهیه شده است و اعتبار این پرسشنامه پس از اجرا بر روی ۱۵ نفر از کارمندان با استفاده از ضریب آلفای کرانباخ ۰/۸۹ بدست آمده است.

### روش تجزیه و تحلیل

در تحلیل توصیفی داده ها از جدول توزیع فراوانی داده ها، شاخص های مرکزی و پراکنندگی و در تحلیل استنباطی داده ها از همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شده است.

### یافته های پژوهش

**فرضیه ی اصلی:** بین ساختار سازمانی و کار آفرینی سازمانی رابطه ای معنادار وجود دارد.

**جدول ۱- نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه ی اصلی**

تعداد	r	sig
۹۷	-۰/۴۴۹	۰

نتایج ضریب همبستگی نشان می دهد که فرض صفر با خطای کمتر از یک درصد رد و فرض پژوهش تأیید می شود، بنابراین بین ساختار سازمانی و کار آفرینی رابطه ای معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت منفی و معکوس می باشد. به این ترتیب که هرچه قواعد و مقررات سازمانی، پیچیدگی در سطح (افقی، عمودی و جغرافیایی) و تمرکز سازمانی بیش تر شود، تصمیم ها در رأس سازمان گرفته شود و کارمندان در تصمیم گیری ها مشارکت نداشته باشند، از کار آفرینی سازمانی کاسته می شود و هر چه ساختار سازمانی منعطف تر باشد، فرصت بروز خلاقیت به افراد داده می شود و در نتیجه کارآفرینی سازمانی نیز بیش تر می شود.

**فرضیه ی فرعی نخست:** بین مولفه ی رسمی بودن (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه ای معنادار وجود دارد.

<sup>۱</sup> - intrapreneurship

**جدول ۲- نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه نخست**

تعداد	r	sig
۱۰۲	-۰/۴۰۷	۰

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که فرض صفر با خطای کمتر از یک درصد رد و فرض پژوهش تأیید می‌شود. به بیان دیگر بین مولفه‌ی رسمی بودن (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ی معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس و منفی است. به این معنی که رسمیت زیاد در امور سازمانی باعث کاهش کار آفرینی سازمانی می‌گردد.

**فرضیه‌ی فرعی دوم:** بین مولفه‌ی پیچیدگی (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

**جدول ۳- نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه‌ی دوم**

تعداد	r	sig
۹۸	-۰/۲۷۸	۰/۰۰۳

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که فرض صفر با خطای کم‌تر از یک درصد رد و فرض پژوهش تأیید می‌شود به بیان دیگر بین مولفه‌ی پیچیدگی (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ی معنادار وجود دارد. و این رابطه به صورت معکوس و منفی است. به این معنی که پیچیدگی در سطح افقی، عمودی و جغرافیایی، باعث کاهش کار آفرینی سازمانی می‌شود.

**فرضیه‌ی فرعی سوم:** بین مولفه‌ی تمرکز (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

**جدول ۴- نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه‌ی سوم**

تعداد	r	sig
۱۰۳	-۰/۱۸۸	۰/۰۲۹

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین مولفه‌ی تمرکز (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ی معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس و منفی است. به این معنی که اگر مدیران ارشد دانشگاه، کارکنان را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت ندهند، کارکنان روحیه‌ی خود را از دست می‌دهند و در نتیجه کار آفرینی سازمانی کاهش می‌یابد.

**فرضیه‌ی فرعی چهارم:** بین مولفه‌ی تخصصی بودن (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

جدول ۵- نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد فرضیه ی چهارم

تعداد	r	sig
۱۰۳	۰/۰۹۳	۰/۱۷۵

نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین مولفه ی تخصص گرایی (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه ای معنادار وجود ندارد.

جدول ۶- رگرسیون گام به گام کار آفرینی سازمانی از روی مولفه های ساختار

گام	R	ضریب تبیین	F	سطح معناداری	ضریب بتا
۱	۰/۴۰۷ <sup>a</sup>	۰/۱۶۶	۱۸/۸۸	۰/۰ <sup>a</sup>	-۰/۴۰۷
۲	۰/۵۲۷ <sup>b</sup>	۰/۲۷۸	۱۸/۱۰۵	۰/۰ <sup>b</sup>	-۰/۴۴۷
					-۰/۳۳۸

نتایج نشان می دهد که از میان ابعاد ساختار سازمانی مولفه ی رسمی بودن در گام نخست ارایه شده وارد معادله شده و به تنهایی در سطح معناداری  $\alpha = ۰/۰۵$  و با مقدار  $F = ۱۸/۸۸$  حدود ۱۶/۶ درصد از تغییرات کار آفرینی را تبیین می کند. مقدار بتا نیز نشان می دهد که با هر واحد تغییر در مولفه رسمی بودن به میزان ۰/۴۰۷ - در کار آفرینی تغییر ایجاد می شود. در گام دوم پیچیدگی وارد معادله شده و به تنهایی در سطح معناداری  $\alpha = ۰/۰۵$  و با مقدار  $F = ۱۸/۱۰۵$  حدود ۲۷/۸ درصد از تغییرات کار آفرینی را تبیین می کند. مقدار بتا نیز نشان می دهد که با هر واحد تغییر در مولفه ی رسمی بودن و پیچیدگی سازمانی به میزان ۰/۴۴۷ - و ۰/۳۳۸ - در کار آفرینی تغییر ایجاد می شود.

نتایج نشان می دهد که از میان ابعاد ساختار سازمانی مولفه ی رسمی بودن در گام نخست ارایه شده وارد معادله شده و به تنهایی ۱۶/۶ درصد از تغییرات کار آفرینی را تبیین می کند. در گام دوم پیچیدگی وارد معادله شده و به تنهایی در حدود ۲۷/۸ درصد از تغییرات کار آفرینی را تبیین می کند. مقدار بتا نیز نشان می دهد که با هر واحد تغییر در مولفه رسمی بودن و پیچیدگی سازمانی به میزان ۰/۴۴۷ - و ۰/۳۳۸ - در کار آفرینی تغییر ایجاد می شود.



### بحث و نتیجه گیری

می توان گفت کارآفرینی دانشگاهی، مثالی از کارآفرینی سازمانی است. رویکرد کارآفرینی دانشگاهی راهی به سوی انطباق دانشگاه با نیازهای کشور است. کارآفرینی دانشگاهی عبارت است از حل مسئله‌ی علمی جامعه، دولت و بنگاهها، ایجاد زمینه‌ی توسعه‌ی نوآوری، عرضه‌ی نتیجه‌ی پژوهش‌های دانشگاهی به بازار تولید، عرضه‌ی فناوری‌های نوین و نوآوری در گستره‌ی مرزهای دانش بشری است. برای دستیابی به کارآفرینی نیاز به ابزار است یکی از ابزارهای لازم برای رشد کارآفرینی، وجود ساختار سازمانی منطبق با مفاهیم کارآفرینی است. ساختار نامناسب موجب تنش و تعارض در سازمان و نیز مانع ابتکار و خلاقیت می شود که اساسی ترین ویژگی کارآفرینی در یک دانشگاه است. در خصوص تأثیر ساختار سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در آموزش عالی تاکنون پژوهش‌های منسجم و سازمان یافته‌ای انجام نگرفته است و به همین خاطر نوعی خلاء پژوهشی در این مورد احساس می شد. با توجه به اهمیتی که ساختار سازمانی در افزایش کار آفرینی سازمانی در بین کارکنان دارد، در این پژوهش به بررسی این موضوع پرداخته شده است که نتایج پژوهش نشان می دهد بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی رابطه‌ای معنا دار وجود دارد و این رابطه به صورت منفی و معکوس است، یعنی هر چه ساختار سازمانی بروکراتیک تر و خشک تر باشد، کارآفرینی سازمانی پایین تر می آید. رضازاده در پژوهشی که در سال ۱۳۸۲ با عنوان بررسی رابطه‌ی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی تهران انجام داد، به این نتیجه رسید که بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معکوس و منفی وجود دارد. در پژوهشی که رحیمی فیل آبادی در سال ۱۳۸۳ در مجتمع اقتصادی کوثر انجام داد، به این نتیجه رسید که بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی معکوس و منفی وجود دارد. رندال شومر به نقل از دیویدسون و ویکلند (۲۰۰۱) در سال ۱۹۸۶ ارتباط بین آزادی عمل و تشویق ناشی از عامل‌های ساختاری و رویه‌های سازمانی را بررسی کرده و برای پرورش افراد کارآفرین در سازمان بر این باور است که اگر سازمان دارای حداقل بوروکراسی و انعطاف بالایی باشد، می تواند از فعالیت‌های کارآفرینی پایین به فعالیت‌های کارآفرینی بالا ارتقا یابد که این موردها با یافته‌های این پژوهش همخوانی دارد.

بین مولفه‌ی رسمی بودن (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه‌ای معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس و منفی است. به این معنی که رسمیت زیاد در امور سازمانی باعث کاهش کار آفرینی سازمانی می گردد. رضازاده در پژوهشی که در سال ۱۳۸۲ با عنوان "بررسی رابطه‌ی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی تهران" انجام داد به این

نتیجه رسید که بین رسمیت سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه ی معکوس و منفی وجود دارد که این مورد با این پژوهش همخوانی دارد، اما پژوهشی که به وسیله ی البرت کاریوآنا، میچیل اچ موریس و آنتونی ج ولا در سال ۱۹۹۸ با عنوان "تأثیر تمرکز و رسمیت بر کارآفرینی در شرکت های صادراتی" انجام شد، نشان داد که میزان بالای سطح رسمیت رابطه ی مثبت با کارآفرینی سازمانی دارد که این مورد با این پژوهش همخوانی ندارد و یکی از دلایلی که می توان برای این نا همخوانی ذکر کرد، این است که چون در دانشگاه افراد حرفه ای مشغول کار هستند، بنابراین قوانین، رویه ها و سیستم های کنترل را نمی توان برای افراد حرفه ای به کار برد، اما در شرکت های صادراتی برای رسیدن به هدف های سازمان لازم است که افراد از قوانین، مقررات و رویه ها پیروی کنند.

بین مولفه ی پیچیدگی (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه ای معنادار وجود دارد. و این رابطه به صورت معکوس و منفی می باشد. به این معنی که پیچیدگی در سطح (افقی، عمودی و جغرافیایی) باعث کاهش کار آفرینی سازمانی می گردد. در پژوهشی که فرج الله رحیمی فیل آبادی در سال ۱۳۸۳ در مجتمع اقتصادی کوثر انجام داد، به این نتیجه رسید که بین پیچیدگی سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه ی معکوس و منفی وجود دارد. حسین رضازاده در پژوهشی که در سال ۱۳۸۲ با عنوان بررسی رابطه ی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی تهران انجام داد، به این نتیجه رسید که بین پیچیدگی سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه ی معکوس و منفی وجود دارد که این موردها با یافته های این پژوهش همخوانی دارد.

مولفه ی تمرکز (ساختار سازمانی) و کار آفرینی سازمانی رابطه ای معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس و منفی است. به این معنی که اگر مدیران ارشد دانشگاه خود به تنهایی تصمیم های سازمانی را اخذ کنند و کارکنان را در تصمیم گیری ها مشارکت ندهند، کارکنان دانشگاه روحیه ی خود را از دست می دهند و نتیجه ی این کار کاهش کارآفرینی سازمانی است. پژوهشی که به وسیله ی البرت کاریوآنا، میچیل اچ موریس و آنتونی ج ولادر سال ۱۹۹۸ با عنوان "تأثیر تمرکز و رسمیت بر کارآفرینی در شرکت های صادراتی" انجام شد، نشان داد که سطح بالای تمرکز در سازمان سطح پایینی از کارآفرینی را موجب می شود. رضازاده در پژوهشی که در سال ۱۳۸۲ با عنوان "بررسی رابطه ی ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی تهران" انجام داد، به این نتیجه رسید که بین پیچیدگی سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه ی معکوس و منفی وجود دارد که این موردها با یافته های این پژوهش همخوانی دارد.

بین مولفه‌ی تخصص‌گرایی (ساختار سازمانی) و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی ای معنادار وجود ندارد. یعنی تفکیک مشاغل، کارها و فعالیت‌ها را به صورت جداگانه تقسیم کردن و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی ای معنا دار وجود دارد. در پایان پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

با توجه به این که بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی ای معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت منفی و معکوس می‌باشد، لذا به مسئولان پیشنهاد می‌شود که در ساختار سازمانی خود تجدید نظر کنند و آنرا به گونه‌ی طراحی نمایند که در واکنش در برابر نیازهای در حال تغییر محیط انعطاف پذیر عمل کند، از میزان قوانین و مقررات که برای کارمندان دست و پاگیر است، کاسته شود. کارکنان را در تصمیم‌گیری مشارکت دهد و شرایطی را ایجاد کند که ارتباطات به گونه‌ی شفاف و دو سویه (از بالا به پایین و از پایین به بالا) ایجاد شود.

با توجه به این که بین رسمیت و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی ای معنادار و معکوس وجود دارد و پاسخ دهندگان از میزان بالا بودن رسمیت در دانشگاه ناراضی بودند، لذا به مسئولان پیشنهاد می‌شود که از مقررات رسمی زیادی که بر کارکنان اعمال می‌شود، کاسته شود و تا حدودی به کارکنان اجازه اختیار عمل در کارها و فعالیت‌هایشان را بدهند و مدیران در ایجاد رابطه با کارکنان بیش تر از فرضیه‌های نظریه‌ی Y استفاده کنند، سعی کنند با کارکنان رابطه‌ی غیر رسمی و دوستانه داشته باشند و وظایف سازمانی را تدوین کنند که در آن آزادی عمل و انعطاف لازم منظور شده باشد زیرا کنترل کردن کارکنان و وادار کردن آنان به انجام دادن کارها بر اساس مقررات باعث می‌شود که کارکنان، قدرت خلاقیت و نوآوری خود را از دست بدهند.

با توجه به این که بین پیچیدگی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی ای معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس و منفی است، لذا به مسئولان پیشنهاد می‌شود که در پی کم کردن سطوح سازمان، تعداد دوایر و عناوین شغلی و نیز پراکندگی محل‌ها و مناطق جغرافیایی برآیند و فاصله‌های بین مدیریت عالی سازمان و کارکنان عملیاتی را کم تر کنند تا کارکنان سطح عملیات بتوانند بیش تر با مدیران ارتباط برقرار کنند و در برابر تغییرات محیطی واکنش مناسب نشان دهند.

با توجه به این که بین تمرکز و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ی ای معنادار وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس و منفی است، لذا به مسئولان پیشنهاد می‌شود که کارکنان را در تصمیم‌گیری‌های دانشگاهی مشارکت دهند و با ایجاد رابطه‌ی عاطفی با کارکنان و نهادینه کردن آن در ساختار سازمانی زمینه‌ی بروز خلاقیت و نوآوری را در کارکنان بارور کنند و از مزایای هم‌فکری کارکنان استفاده نمایند تا حس تعهد و مسئولیت کارکنان نسبت به اهداف سازمانی بیش تر شود و ارتباط غیر رسمی بین کارکنان و مسئولان دانشگاه برقرار شود که این مهم

امکان دسترسی به اطلاعات و گردش آزاد و سالم را فراهم می کند و طی این فرایند تعامل اطلاعات و نظرها و ایده های کارآفرینانه و خلاق بیش تر امکان ظهور می یابد.

با توجه به این که بین تخصص گرایی و کارآفرینی سازمانی رابطه ای معنا دار وجود ندارد، لذا به مسئولان پیشنهاد می شود که فعالیت ها و وظایف سازمان را به صورت بسیار تخصصی طراحی نکنند زیرا تخصص گرایی در سازمان باعث رخوت و کسالت در بین کارکنان می شود و روحیه ی خلاقیت و نوآوری که اساسی ترین بعد کارآفرینی است را در بین کارکنان از بین می برد.

مسئولان دانشگاه باید نسبت به کارآفرینی سازمانی حساس باشند و آنرا به عنوان یکی از عامل های مهم برای رشد سازمان در دنیای رقابتی امروز در نظر بگیرند و واحدهایی را در دانشگاه ایجاد کنند که افرادی که به کارآفرینی علاقه نشان می دهند را تشویق و آموزش دهند و به کارآفرینان سازمانی پاداش دهند که این پاداش می تواند پولی و غیر پولی باشد که برای افراد کارآفرین پاداش های غیر پولی مانند به رسمیت شناختن عملکرد و ایجاد سیستم های ارتقا بر پایه ی عملکرد مهم تر است.

## منابع

- انصاری، محمد تقی. (۱۳۸۶). دانشگاه کارآفرین نمودی از ارتباط عینی دانشگاه و صنعت. مجله صنعت لاستیک ایران، شماره ۵۱، صص ۶۹-۶۱.
- بهرامی، محمد. (۱۳۸۴). "بررسی رابطه بین ساختار سازمانی (پیچیدگی، رسمیت، تمرکز) با انگیزش کارکنان در ادارات آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی". پایان نامه کارشناسی ارشد، چاپ نشده. دانشگاه شهید بهشتی.
- بیرن بائوم، رابرت؛ دانشگاهها چگونه کار می کنند: سیرننتیک سازمان علمی و رهبری. ترجمه حمیدرضا آراسته. (۱۳۸۲). تهران: موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی.
- حسین زاده، طاهر. (۱۳۸۷). "بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه شهید بهشتی". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی. دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی
- دلور، علی (۱۳۸۴). "روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی". تهران: نشر ویرایش، چاپ هیجدهم؛ رضا زاده، حسین (۱۳۸۲)، "بررسی رابطه بین ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: اداره کل تأمین اجتماعی تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه تهران.
- رهابی، زهرا (۱۳۸۶). "نقش دانشگاه در ایجاد و تعادل بین ظرفیت ها و فرصت های کارآفرینی"، مجموعه مقالات نخستین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس، صص ۴۱۰-۳۹۵

عبدالملکی و همکاران (۱۳۸۷) "بررسی رابطه مهارت های کارآفرینی با کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: مدیران میانی شرکت ایران خودرو) فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۲۹-۱۰۳.

کرد نائیج، اسدالله و شمس، شهاب الدین. (۱۳۸۶). "نقش آموزش عالی در توسعه کارآفرینی و ایجاد اشتغال در کشور"، مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس، صص ۵۵-۸۸.

مدهوشی، مهرداد و همکاران. (۱۳۸۶) "بررسی و تعیین مدل بومی موانع داخلی کارآفرینی سازمانی در وزارت کشور"، کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده.

نادری، عزت الله؛ سیف نراقی، مریم. (۱۳۸۲) "روش های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی". تهران: انتشارات بدر، ویرایش چهارم.

یداللهی فارسی، جهانگیر. (۱۳۸۶). "نقش جدید دانشگاهها: توسعه قابلیت های کارآفرینی"، مجموعه مقالات اولین همایش اشتغال و آموزش عالی، تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس، صص ۹۳-۱۱۴.

Caruana, A. H; Morris, M. J. and vella, A. (1998), The Effect of Centralization and Formalization On Entrepreneurship in Export Firms, Journal Of Small Business management, Jan 1998, 36, 1, ABI/INFORM Global, p 16-28

Davidsson, P. & Wiklund, J. (2001), "levels of analysis in intreprenurship research": Current research practice and suggestion for the future, Entrepreneurship theory and practice, Vol. 26. No. 4.

Echols, A. & P. Neck, C. (1998), Impact of behaviors and Structure On Corporate Entrepreneurial Success, Journal Of Managerial, p 53-68

Green, K. (2007), Learning and Knowledge Management in Corporate Entrepreneurship: Portfolio\_Level Determinants Of Launch in Continuous New Product Development, p 1-129

Thomas, A. S. & Mueller, S. L. (1998), "Are Enterpreneurs the same across cultures?" USASBE conference papers, available at: www.USASBE, p 1-9

Zhou, Ch. & Etzkowitz, H. (2002), The Entrepreneurial University and The Future Of Higher Education in China, The Scientific Basis of The Technological Era. Shenyang. Northeastern University, pp. 1-17

