**تحلیل عوامل موثر بر فرهنگ کارآفرینانه در مراکز خدمات جهاد کشاورزی**

نیوشا اقتداری[[1]](#footnote-1)\*، اکرم بیناییان2

چكيده(200 تا 250 کلمه)

فرهنگ اهرمی به منظور جهت دهی اعمال و فعالیت‏ها‏‏‏ی نیروی انسانی سازمان است که نحوه ادراک نیروی کار را از وضعیت عینی سازمان نشان می‏دهد و شامل طبیعت ارتباطات فرد با دیگر اعضای سازمان در فرآیند انجام کار می باشد. مراکز خدمات کشاورزی به عنوان مهم‏ترین‏‏ و اساسی ترین عنصر شبکه دولتی در انجام فعالیت‏ها‏‏‏ی مربوط به نظارت و ارزیابی تلقی می‏شود. همچنین امروزه این مراکز نیاز به مهارت‏ها‏ی جدیدی برای استفاده از روش‏ها‏ی مشارکتی دارد تا بتوانند فعالیت‏ها‏‏‏ی گروهی را تسهیل کرده و به کشاورزان کمک کنند ظرفیت حل مسئله خود را گسترش دهند. برای رسیدن به این تعامل گسترده نیاز به یک فرهنگ کارآفرینانه است.بنابراین هدف از این تحقیق بررسی عوامل موثر بر شکل گیری فرهنگ کارآفرینانه در مراکز خدمات کشاورزی است. این تحقیق از نوع علی – ارتباطی بوده و برای گردآوری داده‏ها از روش پیمایشی و از ابزار پرسشنامه استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها در این تحقیق در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد و به همین منظور از نرم افزارهای SPSSو LISREL نسخه 5/8 استفاده گردید. بر اساس یافته ها، توسعه فرهنگ همکاری و نظام های ارزشی در محیط کاری با توجه به یک برنامه آموزشی جامع که فرهنگ یادگیری راتشویق می کند، امکان پذیر است.

**واژه‌های کلیدی: فرهنگ کارآفرینانه، مراکز خدمات، جهاد کشاورزی**

**مقدمه**

 فرهنگ اهرمی به منظور جهت دهی اعمال و فعالیت‏ها‏‏‏ی نیروی انسانی سازمان است که نحوه ادراک نیروی کار را از وضعیت عینی سازمان نشان می‏دهد و شامل طبیعت ارتباطات فرد با دیگر اعضای سازمان در فرآیند انجام کار می باشد. ‎فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری شامل آن دسته از مکانیزم های حمایتی سازمان است که کارکنان خلاق را به سمت استفاده از قابلیت ها و استعداد های خلاقانه خویش جهت انجام فعالیت های کارآفرینانه سوق می‏دهد و محرکی است برای انگیزش کارکنان و استفاده از حداکثر توانایی و بهره‏وری ایشان جهت اقدامات نو آورانه (Heinonen & Korvela‎, ‎ 2003). فرهنگ در محیط کار به عنوان مجموعه‏ای از فرضیات محض که به طور بدیهی پنداشته می‏شود و تعیین می کند که افراد چگونه در محیطهای مختلف کار درک، تفکر و عمل می کنند (Kreitner ‎, ‎2008). این تعریف سه ویژگی مهم را در محیط کار مشخص می کند. اولا ًاشاره می‏کند که فرهنگ به افراد از طریق فرایند اجتماعی شدن آموزش داده می‏شود. ثانیاً فرهنگ بر رفتار افراد اثر می‏گذارد و در نهایت در سوح مختلف عمل می‏کند. چارچوب مفهومی در شکل زیر ارائه شده است. فرهنگ همانگونه که نشان داده شده است شامل ارزش‏ها‏ ، محیط کار ، فرهنگ ملی و دیدگاه و رفتار رهبر است. فرهنگ بر نوع ساختار و فعالیت‏ها‏‏‏ ، سیاست‏ها و رویه‏های کار اثر می گذارد. این ویژگی و خصوصیات محیط کار بر فرایند گروهی و اجتماعی اثر گذاشته و در نهایت این توالی بر نگرش‌ها و رفتار کارکنان اثر می گذارد. به منظور تشریح بیشتر ‎تأثیر‎‎‎‎ فرهنگ در محیط ، لایه های مختلف از فرهنگ کار به طور خلاصه بررسی می‏شود.

شکل شماره 1چارچوب مفهومی برای فرهنگ در محیط کاری

**پیشبرنده ها**

ارزشها

محیط کاری

فرهنگ ملی

دید گاه و رفتار رهبر

**فرهنگ محیط کار**

نشانه های قابل مشاهده

ارزشها

فرضیات کلی

**گروهها و فرایندهای اجنماعی**

اجتماعی شدن

مشاور

تصمیم گیری

پویایی گروه

ارتباطات ‎تأثیر‎‎‎و توانمندسازی

رهبری

**ساختار و فعالیت کاری**

نظامهای پاداش

طرح فعالیت

**نگرش و رفتار جمعی**

نگرش کاری

رضایت شغلی

انگیزه

**نتایج**

اثربخشی

استرس

نشانه های فیزیکی قابل مشاهده در فرهنگ محیط کار شامل جنبه هایی مانند شیوه پوشش، صحبتهای گفته شده درباره کار، فضای کاری، علائم و نشانه ها و زبان است. ارزش‏ها‏ مفاهیم یا اعتقاداتی است که رفتارهای مطلوب را شامل می‏شود. ارزش‏ها‏ چیزهایی هستند که افرادتصور می کنند انجام آنها یا داشتن آن ارزشمند است (Kreitner ‎, ‎2008). ارزش‏ها‏ی کارآفرینانه شامل جنبه هایی مانند خلاقیت، امانت، پیشرفت، مسئولیت پذیری، پشتکار و خودباوری بین دیگران است. عمیق ترین سطح فرهنگ فرضیات کلی است. این فرضیات ارزش‏ها‏ی کاری را تشکیل می دهند و سطح آگاهانه ای از فرهنگ هستند که به عنوان بدیهیات پنداشته می‏شوند و کارکنان و افراد در نگرش ها و رفتارهای خود از آنها استفاده می کنند. افراد از این بدیهیات آگاه نیستند تا زمانی که با فرهنگ متفاوتی مواجه می شوند (Tidd, ‎2001). فرهنگ کارآفرینانه وقتی برآورده می‏شود که شامل رفتارهایی باشد که فرصت‏هایی را جستجو می کند، عقاید جدید و خلاقانه و ریسک‏پذیری را تشویق می کند، تحمل شکست و یادگیری را ارتقا بخشیده و از عقاید نوآورانه حمایت می‏کند همچنین تغییرات مستمر به عنوان یک فرصت دیده می‏شود (Ireland‎, ‎2003)

همچنین همکاری و تصمیمات مشترک، ارتباطات باز و صادقانه در آن وجود دارد. عناصر فرهنگ که از رفتار کارآفرینانه حمایت می کند شامل دیدگاه راهبردی، ساختار و فعالیت‏ها‏‏‏، مکانیزم‏ها‏ی حمایتی کارهای چالش برانگیز و رهبری است که کارآفرینی را در محیط کاری تشویق می کند(Martinns & Terbanche‎, ‎2003). ارزش‏ها‏ و هنجارهایی که معمولا در اشکال رفتاری خاص بروز می کند باعث تشویق یا مانع رفتارکارآفرینانه می شوند. این اشکال رفتاری، ایجاد و شکل گیری عقاید و نظرات، فرهنگ یادگیری مستمر، حمایت برای تغییر و کنترل تضاد است(Martins & Terblance‎, ‎2003). فرهنگ کارآفرینانه به گونه ای است که فضا و ساختاری را ایجاد می کند تا افراد را تشویق کنند عقاید خلاقانه و نوآورانه را ایجاد کند. این فضا و ساختار امکانی به وجود می آورد تا نه تنها عقاید ارزشیابی شود بلکه بازخوردی برای تایید و یا دلایلی برای عدم قبول آن عقیده عرضه می گردد. ضمن آنکه بعضی از افراد خلاق عقیده جدیدی را مطرح می کنند یا راه حلی را برای یک مشکل ارائه می دهند.از جمله موارد موثر دیگر بر شکل گیری فرهنگ کارآفرینانه یادگیری مستمر است که برای ایجاد یک کار موفق نیاز است تا بطور موثری دانش و مهارت ایجاد شده، تبادل و به کارگرفته شود. همچنین توانایی اینکه از دانش برای حل مشکلات استفاده کنند. با تغییر سریع محیط کمبود دانش به یک مانع اصلی تبدیل می‏شود و نیاز است تا کارکنان به طور گسترده‌ای یادبگیرند (Burns, ‎2008).

جدول شماره 1هنجارها و ارزش‏ها‏ی مهم برای یادگیری

| فرهنگی که یادگیری را ارتقا میدهد | فرهنگی که مانع یادگیری می‏شود |
| --- | --- |
| علایق همه ذینفعان را در نظر می‏گیرد. | وظایف و کارها بر افراد ارجح است. |
| به افراد بیشتر از سیستم توجه دارد. | به سیستم بیشتر از افراد توجه دارد. |
| افراد را توانمند می سازد و اعتقاد به اینکه افراد می‏توانند تغییر را ایجاد کنند. | اجازه تغییر فقط در زمانی که لازم است. |
| زمانی را برای یادگیری اختصاص می‏دهد. | سازش و کنارآمدن با مشکلات و نگرانی ها |
| یک رهیافت کلی نگر برای مشکل در نظر دارد. | تفکیک کردن حل مشکل |
| ارتباطات باز را تشویق می کند. | اشاعه اطلاعات را محدود می کند. |
| به کار گروهی اعتقاد دارد. | به ایجاد رقابت بین افراد معتقد است. |
| رهبران در دسترس هستند. | رهبرانی کنترل و تنظیم شده دارد. |

منبع: Burns‎, ‎2008

عامل بعدی که مشوق فرهنگ کارآفرینانه می‌‌باشدریسک پذیری است. در فرهنگ کاری که کنترل زیاد باشد ریسک‏پذیری و در نهایت خلاقیت و نوآوری محدود می‏شود. منظور از ریسک‏پذیری ریسک‏ها‏ی غیر قابل کنترل نیست بلکه ریسک‏ها‏یی که قابل محاسبه باشد. بنابراین تعادل در میزان ریسک‏پذیری ضروری است که با توجه به شرح نتایج مورد انتظار از طریق توسعه یک سیاست نوآورانه بدست می‏آید (Martins & Terblance‎, ‎2003).

چهارمین عامل تاثیر گذار بر فرهنگ کارآفرینانه حمایت از تغغیر در محیط کاری است. کارآفرینی چارچوبی را برای تسهیل تغییر و نوآوری مستمر در محیط ارائه می کند. تغییر در کارآفرینی بر ساختار، استراتژی، فرهنگ، نظام‏های کنترل، پاداش و توسعه منابع انسانی ارجحیت دارد, ‎2008). (Morris et al.‏‏‎ آخرین عامل تاثیر گذار تحمل تضاد و برخورد با آن است. از جمله عواملی که باعث ایجاد موفقیت در خلاقیت و سازگاری و پاسخگویی در کارها می‏شود این است که تضاد را به عنوان یک نیروی موثر ببینند که کارکنان را ترغیب می کند تا نقش خود را در نوآوری و بهره‏وری افزایش دهند. تضادهای موثر باعث بیان موضوعات مهم و شناسایی راه‏حل های جایگزین در حل مشکلات می‏شود. ضمن آنکه تضاد برای افراد بازخوردهایی را درباره اینکه چگونه کارها در حال انجام است و حتی تضادهای فردی اطلاعاتی را درباره کارهایی که در محیط کاری انجام نشده است و فرصت‏هایی برای بهبود و پیشرفت کارها فراهم می کند. بنابراین بیشتر از آنکه از تضادها جلوگیری شود ، باید مدیریت تضاد صورت گیرد با ایجاد فرهنگی که ارزش‏ها‏ و تضادهای سازنده را ایجاد می کند (Leavy‎, ‎2005).

 مراکز خدمات کشاورزی به عنوان مهم‏ترین‏‏ و اساسی ترین عنصر شبکه دولتی در انجام فعالیت‏ها‏‏‏ی مربوط به نظارت و ارزیابی تلقی می‏شود. همچنین امروزه این مراکز نیاز به مهارت‏ها‏ی جدیدی برای استفاده از روش‏ها‏ی مشارکتی دارد تا بتوانند فعالیت‏ها‏‏‏ی گروهی را تسهیل کرده و به کشاورزان کمک کنند ظرفیت حل مسئله خود را گسترش دهند (Chipeta‎, ‎2006) . مشاوران به تنهایی نمی توانند نوآور باشند بلکه تعامل با عاملان دیگر آنها را نوآور و کارآفرین می سازد (World bank‎, ‎2007). برای رسیدن به این تعامل گسترده نیاز به یک فرهنگ کارآفرینانه است زیرا یک فرهنگ کارآفرینانه می تواند تعاملات را توسعه دهد یا مانع آن شود. بحث درباره عناصر فرهنگ کارآفرینانه نشان می‏دهد که چگونه یک فرهنگ کارآفرینانه ایجاد می‏شود و رفتار کارآفرینانه را تشویق کند. هدف از این مقاله بررسی ابعاد یک فرهنگ کارآفرینانه می باشد که از طریق مجموعه‏ای از فعالیت‏ها‏‏‏ و اشکال می تواند در یک محدوده زمانی گسترده اجرا می‏شود.

**روش تحقیق**

روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه از جنبه‏های مختلف قابل بررسی است. از لحاظ هدف کاربردی است، چون نتایج آن به منظور توسعه فرهنگ کارآفرینانه در شبکه کنشگران فعال در بخش کشاورزی مورد استفاده عملی قرار خواهد گرفت. از لحاظ شیوه و نحوه جمع­آوری داده‏ها میدانی است و از جهت بررسی روابط بین متغیرها یک تحقیق علی – ارتباطی است. در این پژوهش برای گردآوری داده‏ها از روش پیمایشی و از ابزار پرسشنامه استفاده شد. فرهنگ کارآفرینانه در مراکز خدمات کشاورزی شامل ارزشها و اعتقاداتی است که منجر به ایجاد هنجارهای رفتاری می شود و شامل کارتیمی، توانمندسازی اعضا، حمایت برای تغییر، یادگیری و ارزشها است. برای برآورد حجم نمونه آماری از بین جامعه آماری که شامل کارمندان شاغل در مراکز خدمات کشاورزی استان کرمانشاه بوده که پس از تدوین پرسشنامه، با انجام یک پیش­آزمون و تکمیل 30 پرسشنامه توسط اعضاء با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه 300 نفر تعیین گردید. ابزار اندازه گيري وسيله­اي براي جمع آوری داده­ها از جامعه مورد مطالعه است. پرسشنامه يكي از ابزارهاي رايج تحقيق مي باشد و روشي مستقيم براي جمع آوري داده هاي تحقيق به شمار مي رود. ابزار اين تحقيق يك پرسشنامه است كه توسط پژوهشگر و بر اساس مطالعات نظری و دستاوردهای آن با همكاري و مشاوره اساتيد و كارشناسان و متخصصان مرتبط با موضوع تحقیق تهيه شده است. در اين تحقيق برای تعیین روایی و اعتبار پرسشنامه تحقیق علاوه بر نظرخواهي از اساتيد، متخصصين، صاحب‌نظران، كارشناسان مجرب و بررسی نهایی کمیته تحقیق اصلاحات لازم انجام می شود( روایی صوری)، از روایی سازه[[2]](#footnote-2) نیز جهت تعیین اعتبار سازه­ای پرسشنامه استفاده می گردد.برای تعیین روایی و اعتبار سازه­ای پرسشنامه از روش روایی همگرا و روایی تبعیضی و در قالب تحلیل عاملی تاییدی[[3]](#footnote-3) استفاده می شود. به منظور تعیین روایی سازه، شاخص میانگین واریانس استخراج شده[[4]](#footnote-4) (AVE) محاسبه می شود. شاخص ميانگين واريانس استخراج شده نشان مي دهد که چه درصدي از واريانس سازه مورد مطالعه تحت تاثير نشانگرهای آن بوده است. از این شاخص برای سنجش روایی سازه­ استفاده می­شود و از آن تحت عنوان روایی همگرا[[5]](#footnote-5) نیز یاد می­شود. محققان مختلف مقدار 5/0 به بالا را براي مناسب بودن اين شاخص تعيين نموده اند. با توجه به شاخص روایی سازه یا میانگین واریانس استخراج شده، مقادیر بالاتر از 5/0 نشان از روایی مناسب سازه های مورد بررسی دارد. روایی سازه فرهنگ کارآفرینانه در این تحقیق 52/ 0 محاسبه شد که نشان دهنده مناسب بودن سازه دارد. به منظور محاسبه قابليت اعتماد پرسشنامه از روش آلفاي كرونباخ[[6]](#footnote-6) استفاده شد از آنجا که آلفاي كرونباخ بين صفر و يك در نوسان است  اگر =1α باشد نشانگر اعتبار كامل ابزار تحقيق است و در صورتي كه =0α باشد دال بر بي‌اعتباري كامل آن است. در این تحقیق 9/0 برآورد گردید که نشان دهنده قابلیت بالای اعتماد در این سازه می باشد. تجزیه و تحلیل داده ها در این تحقیق در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد . به همین منظور از نرم افزارهای SPSSو LISREL نسخه 5/8 استفاده گردید. البته پیش از تجزیه و تحلیل داده ها،ویرایش، کد گذاری، ورود داده ها به یارانه، تعریف و طبقه بندی و کدگذاری مجدد داده ها در صورت نیاز در راستای پردازش داده ها صورت گرفت. در این بخش توزیع ویژگی های پاسخگویان در قالب آمار توصیفی از جمله بر حسب فراوانی، درصد گرایش به مرکز( میانگین، میانه، نما) و پراکندگی از مرکز( انحراف معیار و واریانس) و ضریب تغییرات مورد بررسی قرار گرفت.در مرحله دوم برای تبیین مدل از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. در این مرحله متغیرهایی که همبستگی بیشتری با سایر متغیرهای شاخص خود داشته باشند در تحلیل عاملی اکتشافی باقی مانده و سایر متغیرها حذف گردید. در مرحله نهایی به منظور پالایش متغیرها برای توسعه مدل ساختاری تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی استفاده گردید.

**نتایج و بحث**

 یکی از مهمترین عوامل رفتاری فرهنگ کارآفرینانه است. فرهنگ کارآفرینانه شامل ارزشهایی چون کار تیمی، توانمند سازی، حمایت برای تغییر، یادگیری و وجود ارزشهای کار گروهی در محیط کاری می باشد که در ذیل به به تشریح و توصیف هر کدام از این مولفه های پرداخته می شود.

جدول شماره 2 اولويت بندي فرهنگ کارآفرینانه

| فرهنگ کارآفرینانه | **ميانگين** | **انحراف معيار** | **ضريب تغيرات** | **اولویت** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| وجود مهارت لازم در محیط کاری | 27/3 | 927/0 | 283/0 | 1 |
| توجه به اشتباهات به عنوان یک تجربه یادگیری | 22/3 | 947/0 | 294/0 | 2 |
| استقبال ازپیشنهادهای سازنده اعضا | 27/3 | 018/1 | 311/0 | 3 |
| بهبود مستمر شیوه های کاری | 11/3 | 974/0 | 313/0 | 4 |
| توانایی‏های اعضا به عنوان یک منبع مهم نوآوری | 92/2 | 920/0 | 315/0 | 5 |
| حاکم بودن ارزش های تقویت کننده همکاری در اعضا | 12/3 | 026/1 | 328/0 | 6 |
| توجه به یادگیری در فعالیتهای روزانه | 12/3 | 031/1 | 330/0 | 7 |
| وجود هماهنگی‏های کاری | 92/2 | 983/0 | 336/0 | 8 |
| ضرورت تغییر برای رشد و پیشرفت | 17/3 | 085/1 | 342/0 | 9 |
| استقبال از اقدامات نوآورانه و همراه با ریسک | 82/2 | 977/0 | 346/0 | 10 |
| تشویق اعضا به توسعه مهارتها و قابلیتها | 02/3 | 050/1 | 347/0 | 11 |
| به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه | 11/3 | 084/1 | 348/0 | 12 |
| به کار گیری روش های مدیریتی تقویت کننده آرامش در اعضا | 05/3 | 099/1 | 360/0 | 13 |
| انعطاف پذیری شیوه های کاری | 94/2 | 075/1 | 365/0 | 14 |

نتايج بدست آمده از تحقيق در رابطه با اولويت بندي فرهنگ کارآفرینانه از دیدگاه پاسخگویان نشان داده شده است. با توجه به نتايج بدست آمده مشاهده مي‌شود كه از بين گويه‌هاي اشاره شده، گويه‌هاي وجود مهارت لازم در محیط کاری (27/3)، توجه به اشتباهات به عنوان یک تجربه یادگیری (22/3) و استقبال ازپیشنهادهای سازنده اعضا (27/3) به ترتيب بالاترين اولويت‌ها و گويه‌هاي انعطاف پذیری شیوه های کاری (94/2)، به کار گیری روش های مدیریتی تقویت کننده آرامش در اعضا (05/3) و به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه (11/3) به ترتیب در پايين ترين اولويت ها قرار داشتند.

 بعد از بررسی اعتبار سازه های مرتبط با ویژگی های کارآفرینانه در این مرحله متغیر بعدی یعنی فرهنگ کارآفرینانه وارد دستگاه تحلیل عاملی اکتشافی برای بررسی روابط عاملی و سپس اعتبار سنجی مدل عاملی می شود . در این تحلیل مقدار KMO محاسبه شده برابر با 95/. و مقدار بارتلت آن در سطح معنی داری 99/. قرار دارد که جاکی از مناسب بودن همبستگی متغیرهای وارد شده برای تحلیل عاملی است.تعداد عامل ها در این تحلیل بر اساس عامل هایی که بیش از 50 درصد از واریانس کل راتبیین می کند، انتخاب شدند . بر این اساس پنج عامل در این تحلیل مشخص گردید که76.342 درصد از واریانس مربوط به عامل ها را تبیین می کند.بار های عاملی نشانگرهای ارزش ها از آنجا که در بعد پنجم قرار نگرفتند حذف شدند.بدین ترتیب از 14گویه وارد شده 3 گویه از فهرست متغیرها حذف گردید.

جدول شماره 3 بار عاملی و مقدار ویژه تحلیل عاملی اکتشافی ابعاد فرهنگ کارآفرینانه افراد

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| نام عامل  | گویه ها |  |
| اول | دوم | سوم | چهارم | پنجم | مقدار ویژه |
| کار تیمی | وجود هماهنگی‏های کاری  | 736/. |  |  |  |  | 2.823 |
| به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه  | 716/. |  |  |  |  |
| توانمندسازی | تشویق اعضا به توسعه مهارتها و قابلیتها |  |  |  | حذف |  | 2.726 |
| وجود مهارت لازم در محیط کاری  |  |  |  | 754/. |  |
| توانایی‏های اعضا به عنوان یک منبع نوآوری  |  |  |  | 729/. |  |
| حمایت برای تغییر | انعطاف پذیری شیوه های کاری |  |  | 569/. |  |  | 1.969 |
| ضرورت تغییر برای رشد و پیشرفت |  |  | 721/. |  |  |
| بهبود مستمر شیوه های کاری |  |  | 661/. |  |  |
| یادگیری | توجه به اشتباهات به عنوان یک تجربه یادگیری |  | 653/. |  |  |  | 1.835 |
| استقبال از اقدامات نوآورانه و همراه با ریسک  |  | 695/. |  |  |  |
| توجه به یادگیری در فعالیتهای روزانه |  | 658/. |  |  |  |
| استقبال ازپیشنهادهای سازنده اعضا  |  | 758/. |  |  |  |
| ارزش ها | حاکم بودن ارزش های تقویت کننده همکاری در اعضا  |  | حذف |  |  |  | 1.335 |
| به کار گیری روش های مدیریتی تقویت کننده آرامش در اعضا | حذف |  |  |  |  |

 بعد از انجام تحلیل عاملی اکتشافی برای مورد قبول بودن و تایید مجدد متغیرهای پنهان ساخته شده و وارد کردن انها به درستی به ادامه فرایند تجزیه و تحلیل آماری این متغیرها وارد تحلیل عاملی تاییدی شدند. برای هر کدام از این متغیرهای مکنون(ابعاد) نشانه ها یا متغیرهای همبسته در آن بعد که در تحلیل عاملی اکتشافی به دست آمده بودند قرار داده شوند. بعد از کسب اطلاعات و شناسایی ساختار عامل فرهنگ کارآفرینانه و کنار گذاشتن متغیرهای کم اهمیت و متغیرهایی که یکنواختی (تک بعدی) بودن اندازه گیری سازه را نقض می کردند، در این مرحله از تحقیق این ساختار وارد دستگاه تحلیل عاملی تاییدی شدند تا اعتبار عاملی آن مورد بررسی قرار گیرد.

در نتیجه روابط بین نشانگرهای باقیمانده با سازه های مرتبط با خود وارد نرم افزار لیزرل شد. مدل ارائه شده نشان می دهد که ساختار مورد نظر از دقت لازم برای بیان روابط برخوردار است. زیرا مقدار RMSEA کمتر از 08/. است. تحلیل عاملی تاییدی حاصل از چهار بعد فرهنگ کارآفرینانه شامل کارتیمی(TEAM)، توانمندسازی (EMPO)، حمایت برای تغییر(CHANG)، یادگیری(LEARN) می باشد. در جدول 4- 23 بار عاملی که نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده شده هر متغیر مشاهده گر با متغیر مکنون می باشد نشان داده شده است که همگی در سطح 1/. خطا معنی دار شده است.

جدول شماره4 بارهای عاملی و سطح معنی داری در تحلیل عاملی تاییدی ابعاد فرهنگ کارآفرینانه

| **ابعاد ویژگی کارآفرینانه** | **علامت در مدل** | **بارهاي عاملي استاندارد شده** | **انحراف استاندارد** | **t** | **p-value** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **کار تیمی** | CULTEAM1 | **80/0** | **051/0** | **50/15** | **001/0** |
| CULTEAM2 | **82/0** | **055/0** | **10/16** | **001/0** |
| **توانمندسازی** | CULEM4 | **77/.** | **049/.** | **36/14** | **001/0** |
| CULEM5 | **79/0** | **049/0** | **95/14** | **001/0** |
| **حمایت برای تغییر** | CULCHA6 | **77/.** | **055/.** | **16/15** | **001/0** |
| CULCHA7 | **71/.** | **057/.** | **50/13** | **001/0** |
| CULCHA8 | **73/.** | **051/.** | **04/14** | **001/0** |
| **یادگیری** | CULLE9 | **64/.** | **051/.** | **75/11** | **001/0** |
| CULLE10 | **77/.** | **050/.** | **15/15** | **001/0** |
| CULLE11 | **80/.** | **051/.** | **15/16** | **001/0** |
| CULLE12 | **78/.** | **051/.** | **49/15** | **001/0** |



مدل شماره 1 تحلیل عاملی تاییدی ابعاد فرهنگ کارآفرینانه

 با توجه به توضیحات در رابطه با شاخص ها که در فصول قبلی ارائه شد و نتایج استخراج شده از این تحلیل و مقادیر شاخص موجود در جدول زیر می توان نتیجه گرفت مدل تحلیل عاملی تاییدی مولفه های ویژگی های کارآفرینانه برای این مدل برازنده است.زیرا نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی کمتر از 3 و مقادیر RMR نیز به صفر نزدیک است. مقدار NFI، NNFIو CFI نیز همگی بالاتر از 9/. بوده و نشان می دهد مدل عاملی موجود در بین تمام راه حل های ممکن ساختار مناسبی را تخمین زده است. مقدار GFI نیز بالای85/. است و نشان می دهد که مقادیر باقیمانده ناچیز هستند.

جدول شماره 5 شاخص های برازندگی تحلیل عاملی تاییدی ابعاد فرهنگ کارآفرینانه

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| شاخص | Chisquare | RMR | NFI | NNFI | CFI | GFI | RMSEA |
| مقادیر | 64/1 | 028/. | 99/. | 99/. | 99/. | 96/. | 046/. |

**نتایج و پیشنهادها**

 در این تحقیق جهت تعیین معنی داری نشانگرهای تعیین شده برای اندازه گیری هر صفت مکنون در مدل اندازه گیری و تعیین سهم هر یک از ابعاد در شکل گیری عوامل رفتاری از تحلیل عاملی مرتبه دوم استفاده شد. بر اساس نتایج تحلیل عاملی مرتبه دوم مشخص می گردد که فرهنگ کارآفرینانه بیشترین نقش را به واسطه بیشترین بارهای عاملی در ساختار عاملی مرتبه دوم دارد که در این ارتباط فرهنگ کارافرینانه ناشی از تمایلات یادگیری در کار، توجه به اشتباهات به عنوان یک تجربه یادگیری، استقبال از اقدامات نوآورانه و همراه با ریسک ،توجه به یادگیری در فعالیتهای روزانه،استقبال ازپیشنهادهای سازنده اعضا را شامل می شود.توجه به یادگیری در محیط کاری باعث ایجاد رفتارهایی می شود که به بررسی محیط پیرامون خود در ارتباط با مخاطبان و پیشرفت های تکنولوژیگی گردد. همچنین نتایج تحقیقات نشان می دهد که هنجارهای فرهنگی باعث تشویق ویژگی های کارآفرینانه می گردد(Urban,2012). بنابراین توسعه فرهنگ همکاری و نظام های ارزشی در محیط کاری با توجه به یک برنامه آموزشی جامع که فرهنگ یادگیری راتشویق می کند، امکان پذیر است. نیاز سنجی آموزشی از اعضای مراکز خدمات کشاورزی نیز به توسعه فرهنگ یادگیری در آن ها را تقویت می کند. ضمن آنکه گسترش ارتباطات در محیط کاری نیز به بهبود فرهنگ یادگیری نیز کمک می کند.

**REFERENCES**

1. Chipeta,S.(2008).Common Framework on Market-Oriented Agricultural Advisory Services, Neuchâtel Group ,available at www.cta.int.
2. Heinonen, J. and Korvela, K. (2003). How about measuring Intrapreneurship.Turku School of Economics and Business Administration. Turku, Finland, pp. 1-18.
3. Kreitner, Robert dan Kinicki. (2008). Organizational Behavior. 8th Edition. Boston: McGraw-Hill.
4. Ireland, R.D., Kuratko, D.F. and Covin, J.G. (2003). Antecedents, elements, and consequences of corporate entrepreneurship strategy. Academy ofmanagement proceedings,(6 p). [In EBSCOHost : Academic search premier, Full display: http://www-sa.ebsco.comJ [Date of access: 29 September 2009}.
5. Leavy‎,B.(2005). A leader's guide to creating an innovation culture, Strategy and Leadership 33(4):38-45.
6. -Martins, E. and Martins, N. (2002). An organisational culture model to promote creativity and innovation. SA journal of industrial psychology, 28(4):58-65.
7. Tidd, J.(2001). Innovation management in context : Environment, organization and performance. International Journal of Management Reviews, 3(3), 169-183.
8. -Morris, M. H., & Jones, F. F. (2008). Entrepreneurship in established organizations: The case of the public sector. Entrepreneurship Theory and Practice, 24(1), 71–91 (Fall).
9. Urban,B(2012).The effect of pro-entrepreneurship architecture on organizational outcomes, Journal of Business Economics and Management, 13(3): pp:518–545.
10. World Bank. (2007). Enhancing agricultural innovation , World Bank group – workshop summary.
1. - دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران(نویسنده مسئول) آدرس ایمیلniusha.eghtedari@yahoo.com

2- دکتری توسعه کشاورزی،دانشگاه رازی کرمانشاه،ایران [↑](#footnote-ref-1)
2. Construct Validity [↑](#footnote-ref-2)
3. . Confirmatory Factor Analysis [↑](#footnote-ref-3)
4. . Average Variance extracted [↑](#footnote-ref-4)
5. . Convergent Validity [↑](#footnote-ref-5)
6. Cronbach alpha [↑](#footnote-ref-6)