

A study of organizational services with an entrepreneurial orientation in a consulting company in Golestan Province

pages
05-21

B. Khosravipour ^{1*}, N. Pourfatah ² and Z. Timuri Kohsar ³

1, 2, & 3) Department of Agricultural Extension and Education, Khuzestan University of Agriculture and Natural Resources, Mollasani, Iran.

*Corresponding author: Khosravipour@ramin.ac.ir

Received date: 2024.12.29

Accepted date: 2025.04.07

Abstract

Today, paying attention to the factors that increase the efficiency and effectiveness of organizations has always been worthy of attention. It seems that one of the factors affecting entrepreneurship in consulting firms is an organizational approach that can play a significant role in creating inclination and inclination to entrepreneurship in companies. Therefore, the purpose of this study was to examine the relationship between organizational commitment and entrepreneurial orientation in consulting services companies in Golestan province. The research method was descriptive-correlational. The statistical population of the study consisted of experts in consulting centers in Golestan city of 150 people. The sample size of 110 people is selected based on Morgan's table. Data collection tool was collected using the required data tool. To measure the entrepreneurial orientation, a standard Dean & Lamkin & Organizational Commitment Questionnaire has been used by Allen & Meyer standard questionnaires. The results showed that there is a significant relationship between the component of innovation with normative commitment and also there is a significant relationship between emotional commitment and risk. Finally, there is no meaningful relationship between organizational commitment and entrepreneurial orientation.

Keywords: Entrepreneurial orientation, Organizational Commitment, advise Service companies and Golestan.

بررسی رابطه تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای استان گلستان

شماره صفحات

۰۵-۲۱

بهمن خسروی پور*^۱، نصیبه پورفاتیح^۲ و زهرا تیموری کوهسار^۳

۱، ۲ و ۳. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان، ملاتانی، ایران.

* نویسنده مسئول: Khosravipour@ramin.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۹

چکیده

امروزه توجه به عواملی که موجب افزایش کارایی و اثر بخشی سازمان‌ها می‌شوند، همواره شایان توجه بوده است. به نظر می‌رسد یکی از عوامل تاثیر گذار بر کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، نگرش سازمانی است که می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای را در ایجاد تمایل و عدم تمایل به کارآفرینی در شرکت‌ها ایفا کند. از این رو هدف این تحقیق بررسی رابطه تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای استان گلستان است. روش اجرای تحقیق از نوع توصیفی-همبستگی است و جامعه آماری پژوهش شامل کارشناسان مراکز خدمات مشاوره شهرستان گلستان به تعداد ۱۵۰ نفر می‌باشد. حجم نمونه آماری ۱۱۰ نفر براساس جدول مورگان انتخاب شده است. با استفاده از ابزار پرسشنامه اطلاعات مورد نیاز جمع آوری شده است. برای سنجش گرایش کارآفرینانه از پرسشنامه استاندارد دس و لامکین و تعهدسازمانی از پرسشنامه استاندارد آلن و می‌یر با استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده نشان داد که بین مولفه نوآوری با تعهد هنجاری رابطه معناداری وجود دارد و همچنین بین تعهد عاطفی با خطرپذیری رابطه معناداری وجود دارد. و در نهایت بین تعهد سازمانی و گرایش کارآفرینانه رابطه معناداری وجود ندارد.

واژه‌های کلیدی: گرایش کارآفرینانه، تعهد سازمانی، شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، گلستان

مقدمه

بخش کشاورزی یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشور به شمار می‌رود که درصد قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده است. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته بخش کشاورزی به عنوان یک بخش بالنده موجب رشد و تعالی سایر بخش‌ها و به حرکت در آوردن کل اقتصاد گردیده است این در حالی است که این بخش همواره با چالش‌های بسیار روبرو بوده است (Ahmadpour Dariani *et al.*, 2011). علیرغم سرمایه‌گذاری‌های تقریباً وسیع که اغلب از طریق کمک‌های دولتی انجام گرفت، بهره‌وری و تولید در بخش کشاورزی رشد چشمگیری نداشت و از خدمات ترویج کشاورزی که محور توسعه بخش کشاورزی به حساب می‌آید، به دلیل درست انجام ندادن کارکردهای محوله انتقاد گسترده‌ای شد و تغییرات اساسی نظیر تمرکززدایی و خصوصی‌سازی را برای ترویج کشاورزی ضروری کرد (Shoiklo *et al.*, 2012, quoted by Sharifzadeh and Hosseini, 2009). در فرایند توسعه، و به ویژه توسعه بخش کشاورزی، عوامل متعددی ایفای نقش می‌کنند که مهم‌ترین آنها منابع انسانی، آموزش و مدیریت‌اند. بی‌شک در میان این عوامل، تأثیرگذاری منابع انسانی و مدیریت جایگاه ویژه‌ای دارد (Basirat *et al.*, 2015). این در حالی است که بیکاری دانش‌آموختگان به عنوان نوعی معضل در جامعه کنونی ما، هر روز جنبه‌ی حادثری به خود می‌گیرد. در این بین، بخش کشاورزی نیز با وجود نرخ بالای بیکاری در میان دانش‌آموختگان از این قاعده مستثنی نیست، و این موضوع به یکی از معضلات اجتماعی تبدیل شده، که از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است (Zarfashani *et al.*, 2011). به منظور کاهش مشکلات گریبانگیر بخش کشاورزی و افزایش بهره‌وری در این بخش و در راستای واگذاری امور به بخش خصوصی و کوچک‌سازی دولت، ایجاد و استقرار شبکه غیر دواتی خدمات و مشاوره فنی و مهندسی کشاورزی در سطح کشور در عرصه‌های تولید به منظور ارائه خدمات ترویجی، آموزشی، فنی و اجرایی در راستای کاهش تصدی‌گری دولت، ارتقا سطح کمی و کیفی تولیدات کشاورزی، ایجاد زمینه اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی، بهره‌مندی هر چه بیشتر کشاورزان از علوم و فنون کشاورزی، ایجاد تحول تحول در ترویج یافته‌های علمی و ارائه خدمات متناسب با نیاز کشاورزان، افزایش پوشش خدمات ترویج کشاورزی برای تولیدکنندگان و بهره‌برداران، افزایش توان پاسخگویی دولت به بهره‌برداران و تولیدکنندگان بخش کشاورزی و غیره به اجرا گذاشته شد (Rahimi *et al.*, 2012, quoted from Benin *et al.*, 2007).

مدیران سازمان‌ها و شرکت‌ها به خوبی دریافته‌اند که مهم‌ترین عامل کسب مزیت رقابتی، منابع انسانی سازمان‌هاست، از این رو توجه به مقوله تعهد و وفاداری منابع انسانی به سازمان و انجام هر چه بهتر نقش‌های اختصاص یافته به آن‌ها و حتی وظایف فرانقشی منابع انسانی، یکی از دغدغه‌های جدی مدیران سازمان‌هاست (Heydarzadegan *et al.*, 2013). تعهد سازمانی یک نگرش و یک حالت روانی است که نشان دهنده تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه فعالیت در یک سازمان است. در این بین تمایل، به معنی علاقه و خواست قلبی فرد برای ادامه خدمت در سازمان است و نیاز به این معنی است که فرد به خاطر سرمایه‌گذاری‌هایی که در سازمان انجام داده، ناچار به ادامه خدمت در آن است. هم‌چنین الزام عبارت از دین، مسئولیت و

تکلیفی است که فرد در برابر سازمان دارد و خود را ملزم به ماندن در آن می‌بیند. از دیدگاهی دیگر، تعهد سازمانی نوعی احساس وابستگی و تعلق خاطر به سازمان است (Bagheri and Toulai, 2010). برخورداری از کارکنانی متعهد، آگاه و وفادار مهم‌ترین عامل موفقیت سازمان است. اولویت اصلی هر شرکتی باید جلب و حفظ کارکنان متعهد و شایسته باشد. ناکامی در تحقق این امر به معنای از دست دادن کارآیی، عدم رشد و از دست دادن کسب و کار است. موفقیت در دنیای رقابتی متعلق به شرکت‌های است که کارکنان متعهد و وفادار را بزرگترین سرمایه خود بدانند (Amir Kabiri and Amir Ahmadi, 2010). از طرفی در این دنیای رقابتی، کیفیت سرمایه‌های انسانی از عوامل مهم ایجاد مزیت رقابتی و همچنین افزایش توان کارآفرینی در سازمان محسوب می‌شود. در واقع کارآفرینی تنها به فعالیت‌های مخاطره‌آمیز مستقل منحصر نمی‌شود، بلکه افزون بر آن شامل سازمان کارآفرین و مجموعه‌های سازمانی نیز می‌شود. در سی سال اخیر به‌منظور غلبه بر چالش‌های موجود در محیط خارجی، شرکت‌هایی که به دنبال مزیت رقابتی پایدار هستند، بر کارآفرینی سازمانی به عنوان یک گرایش راهبردی توجه کرده‌اند (Shepherd et al, 2008, karacaoglu et al, 2012). تا موجب کمک به بقا و رشد شرکت‌های بزرگ و توسعه‌ی شرکت‌های کوچک بشود. سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم کنند که در کل، سازمان، جو و روحیه‌ی کارآفرینی حکم فرما شده و افراد بتوانند به طور فردی و گروهی، در سازمان فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند (Davari and Shahbaz Moradi, 2013). به نظر می‌رسد یکی از عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی در سازمان‌ها و شرکت‌ها نگرش‌های سازمانی می‌باشد که می‌تواند نقش قابل ملاحظه‌ای در ایجاد تمایل یا عدم تمایل به کارآفرینی در سازمان ایفا نماید (Hosseini et al, 2017). نگرش‌های شغلی می‌تواند از طریق ایجاد انگیزه‌های درونی، ایجاد حس تعلق و تعهد به سازمان و تمایل به پیشرفت، خلاقیت و نوآوری کار، تمایلات کارآفرینی را گسترش دهد. اغلب سازمان‌ها علی‌رغم هزینه‌های زیادی که در بخش منابع انسانی، انگیزاننده‌ها، مسائل بهداشت شغلی، توسعه شغلی و ... انجام می‌دهند، همچنان با مسائل عدیده‌ای چون ترک خدمت، تأخیر و غیبت بیشتر، از بین رفتن تمایل ماندن در سازمان، پایین آمدن کمیت و کیفیت کار، عدم وفاداری کارکنان نسبت به سازمان، انجام فعالیت‌های غیر قانونی، برخوردهای ناشایست با مشتریان و ... که ناشی از تعهد و رضایت شغلی پایین به سازمان است، مواجهند (Toghraei et al, 2016).

به واقع کارآفرینی از عناصر توسعه پایدار کشاورزی به شمار می‌رود و لازم است کنشگران و کارگزاران امر، از جمله شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای فنی مهندسی کشاورزی، تلاشی هدفمند، برنامه‌ریزی شده و راهبردی را برای تسهیل توسعه کارآفرینی هم در داخل خود شرکت‌ها و همچنین در به منظور تحقق کشاورزی پایدار کارآفرینانه در تعامل با سایر کنشگران در چارچوب نظام دانش، اطلاعات و فناوری کشاورزی به انجام رسانند که این مهم از طریق سازوکارهای مختلفی می‌تواند پیگیری شود (Ahmadpour Dariani et al., 2011). که یکی از این سازوکارها نگرش‌های سازمانی بوده که از طریق ایجاد انگیزه‌های درونی، تقویت حس تعلق و تعهد به سازمان و تمایل به پیشرفت و ... گرایش به کارآفرینی را در کارکنان در این شرکت‌ها گسترش دهد. لذا هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی رابطه تعهد سازمانی و ابعاد آن در گرایش به کارآفرینی در شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای

فنی مهندسی کشاورزی است و همچنین بررسی اینکه ابعاد تعهد سازمانی تا چه اندازه قدرت پیش‌بینی گرایش کارآفرینانه این شرکت‌ها را دارد.

مبانی نظری و ادبیات تحقیق

تعهد سازمانی و ابعاد آن

تعهد سازمانی نوعی وابستگی عاطفی به سازمان است به گونه‌ای که کارکنان به شدت متعهد، هویت خود را از سازمان می‌گیرند، در سازمان مشارکت دارند و از عضویت در سازمان لذت می‌برند. چاتمن و اورایلی (۱۹۸۶) تعهد سازمانی را به معنی حمایت و پیوستگی عاطفی با اهداف و ارزش‌های یک سازمان، به خاطر خود سازمان و دوری از ارزشهای ابزاری آن وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف دیگر تعریف کرده‌اند (Hosseini and Mehdizadeh Ashrafi, 2009).

می‌یر و آلن (۱۹۹۱) تعهد سازمانی را به ابعاد سه گانه زیر تقسیم نموده‌اند:

- **تعهد عاطفی:** تعهد عاطفی به معنای دلبستگی هیجانی و احساس هویت و درگیری کارمندان در سازمان است که در این شکل از تعهد، کارکنان در سازمان باقی می‌مانند، چون «می‌خواهند بمانند». فرد هویت خود را از سازمان می‌گیرد و به آن احساس تعلق و وابستگی می‌کند و از ادامه عضویت در آن لذت می‌برد و سازمان را ترک نمی‌کند (Gholamhosseini and Esmaeili, 2011).

- **تعهد مستمر:** در بردارنده هزینه‌های متصور ناشی از ترک سازمان است. یعنی تمایل فرد بر ماندن در سازمان بیانگر آن است که وی به آن کار احتیاج دارد و کار دیگری نمی‌تواند انجام دهد. کارکنان در سازمان می‌مانند زیرا «نیاز دارند که بمانند» (تمایل به انجام فعالیت مستمر بر اساس تشخیص فرد از هزینه‌های مرتبط به ترک سازمان) (Akhbari et al, 2010, citing Allen and Meyer, 1991).

- **تعهد هنجاری:** الزام و احساس تکلیف به باقی ماندن در سازمان را نشان می‌دهد، تعهد هنجاری به احساس الزام کارمند به ادامه کار در یک سازمان به سبب فشاری که از سوی دیگران بر او وارد می‌شود، اشاره می‌کند. (افراد در سازمان می‌مانند، چون احساس تکلیف می‌کنند که نباید سازمان را ترک کنند) (Allen and Meyer, 1991).

گرایش کارآفرینانه

گرایش کارآفرینانه فرایندها، و فعالیت‌های تصمیم‌گیری برای ورود به بازارهای جدید با محصولات و خدمات فعلی یا جدید است. در واقع این عوامل ویژگی‌های اصلی کارآفرینانه هستند که وجود آنها بیانگر هدف مشخص سازمان در زمینه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی بوده و منجر به بهبود عملکرد شرکت می‌شود (Davari and Shahbaz Moradi, 2013, quoted from Lumpkin and Dess, 1966).

در این پژوهش ابعاد گرایش کارآفرینانه بر اساس مدل لامپکین و دس بیان شده که از کامل‌ترین الگوهایی است که در سال ۱۹۹۶ به بررسی ابعاد مختلف گرایش کارآفرینانه پرداخته است، این ابعاد عبارتند از:

پیشگامی: پیشگامی تلاش شرکت از طریق موضع تهاجمی برای واکنش به اقدام‌های رقبا است که به افزایش قدرت رقابت شرکت منجر می‌شود. پیشگامی نگرش‌ها و قابلیت‌هایی را شامل می‌شود که به محصولات، خدمات و فرایندهای جدید برتر از رقبا در بازار منجر می‌شود (Hadizadeh Moghadam et al, 2009, quoted from Slevin, 1996).

ریسک‌پذیری: سازمان به ایجاد مخاطره‌ی جدید به منظور رشد و سودآوری شرکت از طریق تحمل خسارات احتمالی گرایش دارد. در واقع سازمان‌های کارآفرین برای تخصیص منابع موجود به فرصت‌های با احتمال شکست را دارند (Sanjghi et al., 2013 cited from Lumpkin and Dess, 1966).

نوآوری: بیانگر توانایی خلق ایده‌هایی است که به تولید محصولات، خدمات و فناوری‌های نوین کمک می‌کند. شرکت‌هایی که محصولات، خدمات و ایده‌هایی مبتنی بر نیاز مشتریان ارایه می‌دهند، موقعیت بهتری نسبت به رقبای خود در بازار پیدا می‌کنند و مزیت رقابتی به دست می‌آورند. از نقطه نظر محققان، نوآوری ابعاد متفاوتی دارد که عبارتند از: محصول، خدمات و فناوری، فرایندی، محصول یا خدمت، اداری (Tajeddini and Mueller, 2012).

رقابت تهاجمی: بازتاب گرایش به چالش شدید و مستقیم با رقبا برای ورود به بازار کار یا بهبود موقعیت است که عبارت از بهتر عمل نمودن نسبت به رقبای بازار در صنعت است که با درجه پاسخگویی به تهدیدات رقابتی مشخص می‌گردد. لامپکین و دس نشان دادند که رقابت تهاجمی برای شرکت در مراحل پایانی چرخه عمر نسبت به مراحل ابتدایی آن مهمتر است. علاوه بر این شرکت‌ها با گرایش رقابت تهاجمی، باید قابلیت تجدید نظر در قواعد رقابت، تعریف مجدد مرزهای صنعت، دستیابی به مزیت ورود و بهبود جایگاه بازار را داشته باشند (Hui et al, 2009).

استقلال طلبی: لامپکین و دس استقلال طلبی را عمل مستقل یک فرد یا یک تیم در پیش بردن یک ایده یا مأموریت تا به اتمام رساندن آن، فارغ از محدودیت‌های طاقت‌فرسای سازمانی تعریف کرده‌اند. روحیه مستقل و آزادی عمل، برای پیشبرد کسب و کار جدید به عنوان نیروی محرکه خلاق ارزش کارآفرینانه، برای رشد کارآفرینی در زمینه‌های متعدد سازمانی ضروری است (Lumpkin et al, 2010).

در این زمینه مطالعاتی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته که به شرح زیر است:

Parsa Moein and Nazim (2010) تحقیقی با عنوان ارتباط کارآفرینی و تعهد سازمانی با تحلیل رفتگی شغلی انجام دادند که نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که به طور کلی بین کارآفرینی و تعهد سازمانی و تحلیل رفتگی شغلی همبستگی معنادار وجود دارد.

Toghraei et al (2016) پژوهشی با عنوان بررسی رابطه تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه در سازمان‌های فرهنگی-هنری استان اصفهان انجام دادند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین ابعاد تعهد عاطفی و تعهد مستمر با ابعاد گرایش کارآفرینانه وجود دارد. لیکن رابطه معناداری بین تعهد هنجاری با گرایش کارآفرینانه وجود ندارد.

Bagheri and Tolai (2010) تحقیقی با عنوان بررسی عملکرد تعهد سازمانی بر عملکرد سازمان‌ها انجام دادند و به این نتیجه دست یافتند که تعهد سازمانی کارکنان می‌تواند احساس رضایت، تعلق، وابستگی و دلبستگی آنها به سازمان، عملکرد شغلی مطلوب‌تر، کاهش خروج کارکنان از سازمان، رفتار اجتماعی فعال، عدم غیبت از کار، نوع دوستی و کمک به همکاران و کاهش استرس شغلی و نیز موفقیت‌های مالی و افزایش اثربخشی و بهره‌وری سازمان را به همراه داشته باشد.

Jaramillo et al (2005) تحقیقی با عنوان متا تجزیه و تحلیل رابطه بین تعهد سازمانی و عملکرد فروشندگان انجام دادند که نتایج نشان داد میان تعهد و رفتارهای کاری متنوع از قبیل عملکرد کارکنان رابطه وجود دارد.

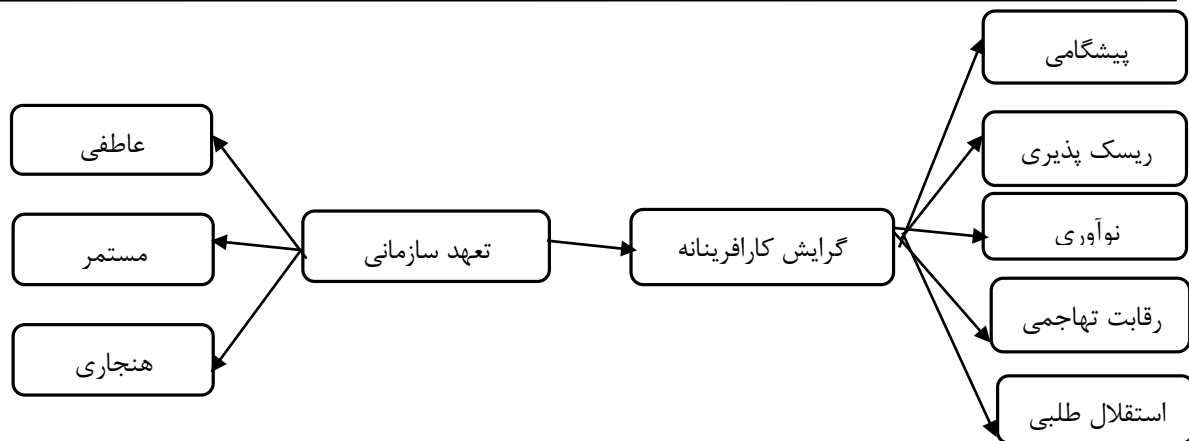
Yanga and Chang (2008) پژوهشی با عنوان کار احساسی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی در میان پرستاران انجام دادند که بر اساس نتایج مشخص شد بین تعهد سازمانی و غیبت و رضایت شغلی رابطه وجود دارد.

Yilmaz and Bokeoglu (2008) تحقیقی با عنوان رفتار شهروندی سازمانی و تعهد سازمانی در مدارس ابتدایی ترکی انجام دادند که محققان در این پژوهش به این نتیجه رسیدند که بین تعهد و رفتار شهروندی سازمانی رابطه وجود دارد.

در پژوهش حاضر، به منظور بررسی رابطه تعهد سازمانی و گرایش کارآفرینانه، با توجه به مطالعه پژوهش‌های پیشین برای سنجش تعهد سازمانی از مدل تعهد سازمانی آلن و مییر (۱۹۹۳) و برای سنجش گرایش کارآفرینانه از مدل لامپکین و دس استفاده شد و بر اساس بررسی ادبیات پژوهش و فرضیه‌های مطرح شده در پژوهش فعلی، چارچوب مفهومی زیر برای بررسی رابطه بین تعهد سازمانی و گرایش کارآفرینانه پیشنهاد و ارائه می‌شود.

فرضیه‌های تحقیق عبارتند:

- بین تعهد سازمانی و ابعاد آن با گرایش کارآفرینانه رابطه معنادار وجود دارد.
- بین تعهد سازمانی و ابعاد آن با خطرپذیری رابطه معنادار وجود دارد.
- بین تعهد سازمانی و ابعاد آن با نوآوری رابطه معنادار وجود دارد.
- بین تعهد سازمانی و ابعاد آن با استقلال طلبی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین تعهد سازمانی و ابعاد آن با پیشگامی رابطه معنادار وجود دارد.
- بین تعهد سازمانی و ابعاد آن با گرایش رقابت‌تهاجمی رابطه معنادار وجود دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق
Figure 1 - Conceptual research model

روش تحقیق

این پژوهش توصیفی-کاربردی می‌باشد. با عنایت به هدف اصلی تحقیق که بررسی رابطه بین تعهد سازمانی و گرایش به کارآفرینی در میان مراکز خدمات مشاوره ای کشاورزی است روش تحقیق از نوع همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان مراکز خدمات مشاوره ای شهرستان گلستان تشکیل می‌دهند که تعداد آنها ۱۵۰ نفر بوده که براساس جدول مورگان ۱۱۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای گردآوری داده ها از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها شامل دو پرسشنامه استاندارد تعهد سازمانی و پرسشنامه گرایش به کارآفرینی سازمانی بود. اطلاعات جمعیت شناختی بررسی شده شامل جنسیت، سطح تحصیلات و سنوات خدمت افراد بوده است. پرسشنامه تعهد سازمانی مشتمل بر ۲۴ سؤال بوده که بوسیله آن، چهار بعد تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر مورد سنجش قرار گرفت. با وجود اینکه در مطالعات پیشین، سازگاری درونی بالا و ضرایب آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۶ برای همه مقیاس های فرعی گزارش شده (Ang, 2004; Ang et al, 2007)، مجدداً ضرایب آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه محاسبه گردید و پس از حذف یک سوال، میزان آلفای ۰/۸۲ بدست آمد. برای سنجش گرایش کارآفرینانه نیز از پرسشنامه استاندارد (Dess and Lamkin, 2005) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۱۸ سؤال بوده که پنج بعد ریسک پذیری، نوآوری، پیشگامی، حالت تهاجمی و استقلال را مورد سنجش قرار می‌دهد. روایی صوری این ابزار با نظرسنجی از خبرگان و استاتید دانشگاه بررسی شده و اصلاحات لازم اعمال گردید. پایایی آن نیز با سنجش آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. میزان آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه با حذف دو سؤال، ۰/۷۵ بدست آمد که نشان از پایایی خوب هر دو پرسشنامه بود. این پرسشنامه‌ها به شیوه لیکرت ۵ گزینه‌ای طراحی و از ۱ تا ۵ امتیازبندی شده‌اند. فرضیات تحقیق با استفاده از مدلیابی معادلات ساختاری و استفاده از نرم افزارهای Lisrel و SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند؛ همچنین از ضریب همبستگی برای تعیین نوع رابطه بین رابطه دومتغیر کمی استفاده شده است. ضریب همبستگی، یکی از معیارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی دو متغیر است. ضریب همبستگی شدت

رابطه و همچنین نوع رابطه (مستقیم یا معکوس) را نشان می‌دهد و از آن جایی که رابطه بین دو متغیر مورد بررسی قرا می‌گیرد، از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده شده است.

یافته تحقیق

بررسی نشان می‌دهد که ۶۰ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۰ درصد زن هستند. بیشترین فراوانی را افرادی تشکیل می‌دهند که سابقه کاری بین ۱ تا ۵ سال دارند. ۸۶/۴ درصد افراد دارای سابقه کاری بین ۱ تا ۵ سال و ۱۳/۶ درصد دارای سابقه بین ۶ تا ۱۰ سال دارند. همچنین بیشترین فراوانی از نظر سطح تحصیلات به افراد دارای مدرک لیسانس (۵۶/۴ درصد افراد) تعلق دارد. پس از آن افراد دارای مدرک فوق لیسانس، فوق دیپلم و دکتری به ترتیب با فراوانی‌های ۲۹/۱، ۱۰، ۴/۵ بیشترین فراوانی را دارا هستند.

در بخش استنباطی، یافته‌های تحقیق براساس فرضیه‌های تحقیق تنظیم و به آن پرداخته شده است. فرضیه اصلی: بین تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه رابطه وجود دارد.

جدول ۱. ضریب همبستگی بین مولفه‌های تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه

Table 1. Correlation coefficient between organizational commitment components and entrepreneurial orientation

گرایش کارآفرینانه Entrepreneurial Orientation		متغیر ملاک Criteria Variable	
سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی Correlation coefficient	تعداد	شاخص آماری Statistical indicator
		متغیر پیش بین Predictor variable	
۰/۶۵	۰/۰۵۴	۱۱۰	تعهد سازمانی Organizational commitment
۰/۲۳	۰/۱۴۴	۱۱۰	تعهد عاطفی Affective commitment
۰/۹۹۵	۰/۰۰۰	۱۱۰	تعهد مستمر Continuation commitment
۰/۸۴	-۰/۰۲۴	۱۱۰	تعهد هنجاری Normative commitment

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه معنادار نمی‌باشد، به این معنا که بین تعهد سازمانی با گرایش کارآفرینانه ($r=۰/۰۵۴$) رابطه معنادار وجود ندارد. لذا فرضیه اصلی مبنی بر اینکه بین تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با گرایش کارآفرینانه رابطه وجود دارد تایید نمی‌شود.

جدول ۲. ضریب همبستگی بین مولفه‌های تعهد سازمانی با نوآوری

Table 2. Correlation coefficient between organizational commitment components and innovation

نوآوری Innovation		متغیر ملاک Criteria Variable	
سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی Correlation coefficient	تعداد	شاخص آماری Statistical indicator
		متغیر پیش بین Predictor variable	

۰/۰۸	-۰/۲۰۵	۱۱۰	تعهد سازمانی Organizational commitment
۰/۸۴	۰/۰۲۴	۱۱۰	تعهد عاطفی Affective commitment
۰/۶۳	-۰/۰۵۸	۱۱۰	تعهد مستمر Continuation commitment
۰/۰۱	-۰/۲۹۱ *	۱۱۰	تعهد هنجاری Normative commitment

برطبق جدول ۲ ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه‌های تعهد عاطفی و هنجاری با نوآوری معنادار نیست یعنی بین تعهدسازمانی با نوآوری ($r = ۰/۲۰۵$) رابطه معنادار وجود ندارد. ولی رابطه بین نوآوری با تعهد هنجاری معنادار شده است. فرضیه دوم بین تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با خطرپذیری رابطه وجود دارد.

جدول ۳. ضریب همبستگی بین مولفه‌های تعهد سازمانی با نوآوری
Table 3. Correlation coefficient between organizational commitment components and innovation

سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی Correlation coefficient	تعداد	متغیر ملاک Criteria Variable	
			شاخص آماری Statistical indicator	متغیر پیش بین Predictor variable
۰/۴۷	-۰/۰۸۷	۱۱۰	تعهد سازمانی Organizational commitment	
۰/۰۱	-۰/۲۹	۱۱۰	تعهد عاطفی Affective commitment	
۰/۰۶	۰/۲۲۲	۱۱۰	تعهد مستمر Continuation commitment	
۰/۲۴	-۰/۱۴۰	۱۱۰	تعهد هنجاری Normative commitment	

برطبق جدول ۳ ضریب همبستگی تعهدسازمانی و مولفه‌های آن با خطرپذیری معنادار نیست، یعنی بین تعهد سازمانی با خطرپذیری ($r = ۰/۴۰۹$) رابطه معنادار وجود ندارد. ولی بین تعهد عاطفی با خطرپذیری رابطه معناداری وجود دارد. فرضیه سوم: بین تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با پیشگامی رابطه وجود دارد.

جدول ۴. ضریب همبستگی بین مولفه‌های تعهد سازمانی با پیشگامی
Table 4. Correlation coefficient between organizational commitment components and Pioneering

سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی Correlation coefficient	تعداد	متغیر ملاک Criteria Variable	
			شاخص آماری Statistical indicator	متغیر پیش بین Predictor variable
۰/۷۲	۰/۰۴۴	۱۱۰	تعهد سازمانی Organizational commitment	
۰/۱۰۵	۰/۱۶۹	۱۱۰	تعهد عاطفی Affective commitment	
۰/۰۶۴	-۰/۲۲۲	۱۱۰	تعهد مستمر Continuation commitment	
۰/۲۲۴	۰/۱۴۷	۱۱۰	تعهد هنجاری Normative commitment	

بر طبق جدول ۴ ضریب همبستگی تعهد سازمانی و مولفه های آن با پیشگامی معنادار نیست، یعنی بین تعهد سازمانی با پیشگامی ($r = 0/054$) رابطه معنادار وجود ندارد.

فرضیه چهارم: بین تعهد سازمانی و مولفه های آن با استقلال طلبی رابطه وجود دارد.

جدول ۵. ضریب همبستگی بین مولفه های تعهد سازمانی با استقلال طلبی

Table 5. Correlation coefficient between organizational commitment components and independence seeking

استقلال طلبی independence seeking		متغیر ملاک Criteria Variable	
سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی Correlation coefficient	تعداد	شاخص آماری Statistical indicator
		متغیر پیش بین Predictor variable	
۰/۱۹۹	۰/۱۵۵	۱۱۰	تعهد سازمانی Organizational commitment
۰/۰۰۷**	۰/۳۱۸	۱۱۰	تعهد عاطفی Affective commitment
۰/۶۹	-۰/۰۴۷	۱۱۰	تعهد مستمر Continuation commitment
۰/۶۶	۰/۰۵۳	۱۱۰	تعهد هنجاری Normative commitment

بر طبق جدول ۵، ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه تعهد عاطفی با استقلال طلبی معنادار نیست یعنی بین تعهد سازمانی با استقلال طلبی ($r = 0/155$) رابطه معنادار وجود ندارد. ولی بین تعهد سازمانی با استقلال طلبی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین تعهد سازمانی و مولفه های آن با رقابت پذیری رابطه وجود دارد.

جدول ۶. ضریب همبستگی بین مولفه های تعهد سازمانی با رقابت پذیری

Table 6. Correlation coefficient between organizational commitment components and competitiveness

رقابت پذیری competitiveness		متغیر ملاک Criteria Variable	
سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی Correlation coefficient	تعداد	شاخص آماری Statistical indicator
		متغیر پیش بین Predictor variable	
۰/۰۰۹	۰/۳۰۹	۱۱۰	تعهد سازمانی Organizational commitment
۰/۰۵	-۰/۲۲۸	۱۱۰	تعهد عاطفی Affective commitment
۰/۶۵	۰/۰۵۴	۱۱۰	تعهد مستمر Continuation commitment
۰/۰۲	-۰/۲۶۶	۱۱۰	تعهد هنجاری Normative commitment

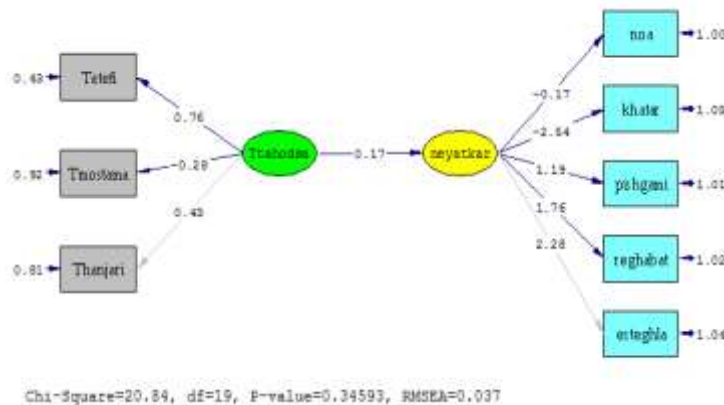
طبق جدول ۶ ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه تعهد عاطفی و تعهد هنجاری معنادار است، یعنی بین تعهد سازمانی با رقابت پذیری ($r = 0/309$) رابطه معنادار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) درصد واریانس تعهد سازمانی با رویکرد رقابت مشترک بوده است. رابطه بین مولفه تعهد مستمر با رقابت پذیری معنادار نیست.

جدول ۷. شاخص های برازندگی

Table 7. fitness indices

P	RMR	IFI	CFI	RMSEA	GFI	NFI	DF
۰/۳۴	۰/۰۲	۱/۳۵	۰/۸۹	۰/۰۳۷	۰/۹۳	۰/۸۷	۱۹

در توضیح مقادیر شاخص های برازش لازم است ذکر شود که شاخص معنی داری خی دو (P) از جمله شاخص های برازش مطلق محسوب می شود؛ این دسته شاخص ها بر مبنای تفاوت واریانس ها و کواریانس های مشاهده شده از یک سو و کواریانس های پیش بینی شده بر اساس پارامترهای مدل تدوین شده از سوی دیگر محاسبه می شوند (Hooman, 2005). مقدار بزرگتر $0/05$ معناداری خی دو موید مدل است (Berg & Lance, 2000; Byrne, 2001; Shoemaker & Lomax, 2004). چهار شاخص دیگر عبارتند از GFI, IFI, NFI, CFI که این چهار شاخص بین صفر و یک قرار دارند و هر چه به عدد یک نزدیکتر باشند، کارایی مدل بیشتر خواهد بود. شاخص دیگر $RMSEA$ می باشد که هر چه کوچکتر از $0/1$ باشد، مدل کارا تر خواهد بود (Qasemi, 2010). بنابراین با توجه به اطلاعات جدول بالا و ضمن اصلاحات پیشنهادی نرم افزار می توان دریافت که مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است.



شکل ۲- مدل نهایی تحقیق (رابطه تعهد سازمانی و مولفه های آن با گرایش کارآفرینانه)

Figure 2 - Final research model (relationship between organizational commitment and its components with entrepreneurial orientation)

1 Absolute Fit Indices

2 Goodness-of-fit index

3 Incremental fit index

4 Comparative fit index

5 Root mean squared error of approximation

نتیجه گیری

نتایج حاصل از فرضیه اول (طبق جدول ۲) ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه‌های تعهد عاطفی و هنجاری با نوآوری معنادار نیست یعنی بین تعهد سازمانی با نوآوری ($r = 0/205$) رابطه معنادار وجود ندارد. ولی رابطه بین نوآوری با تعهد هنجاری معنادار شده است. براین اساس، نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد هنگامی که افراد متخصص با مهارت بالا، احساس تعلق نسبت به سازمان داشته باشند و هیچ گاه تصمیم به ترک سازمان ننمایند (تعهد هنجاری) با فراغ بال به ارائه ایده‌های نوآورانه و جدید در سازمان خود می‌پردازند و مدیران عالی سازمان از این حیث که دارای کارکنان زبده و با مهارت بالا هستند، با پروژه‌های نوآورانه و جدید موافقت می‌نمایند. می‌یر (2003) مطرح می‌کند که تعهد سازمانی منعکس کننده احساساتی نظیر پیوستگی، شناسایی و وفاداری به سازمان است که تعهد سازمانی توسط مولفه‌های مثبت مطلوب در مورد سازمان توصیف می‌شود. بنابراین تعهد سازمانی میزانی است که در آن کارمند مشتاق است تا با توجه به علاقه و پیوستگی او با اهداف و ارزش‌های نوآورانه، عضو سازمان شود.

برطبق جدول ۳ ضریب همبستگی تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با خطرپذیری معنادار نیست، یعنی بین تعهد سازمانی با خطرپذیری ($r = 0/409$) رابطه معنادار وجود ندارد. ولی بین تعهد عاطفی با خطرپذیری رابطه معناداری وجود دارد. براین اساس، یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد هنگامی که مدیران ارشد و عالی سازمان درک کنند که کارکنان آنها نسبت به سازمان خود احساس مسئولیت دارند و به سازمان خود افتخار می‌کنند (تعهد عاطفی). بر طبق جدول ۴ ضریب همبستگی تعهد سازمانی و مولفه‌های آن با پیشگامی معنادار نیست، یعنی بین تعهد سازمانی با پیشگامی ($r = 0/054$) رابطه معنادار وجود ندارد. بر طبق جدول ۵، ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه تعهد عاطفی با استقلال طلبی معنادار نیست یعنی بین تعهد سازمانی با استقلال طلبی ($r = 0/155$) رابطه معنادار وجود ندارد. ولی بین تعهد سازمانی با استقلال طلبی رابطه معنا داری وجود دارد. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش حاضر نشان می‌دهد هنگامی که افراد متخصص و با مهارت بالا، احساس تعلق نسبت به سازمان داشته باشند و به سازمان خود افتخار کنند و مدیران ارشد و بالایی سازمان تصور کنند که چنین کارکنانی دارند، نسبت به آنها تفویض اختیار می‌کنند و به آنها اجازه می‌دهند که در برابر فرصت‌ها و ایده‌های جدید و نوآورانه دارای قدرت اختیار و تصمیم‌گیری باشند و مسئولیت آن را به آنها واگذار می‌نمایند و این باعث می‌شود که آنها با انگیزه بالاتری نسبت به کشف فرصت‌های جدید و نوآورانه و بهره‌برداری از آنها اقدام نمایند. این یافته‌ها با پژوهش مهدی و همکاران (2014) همسو می‌باشد. طبق جدول ۶ ضریب همبستگی بین تعهد سازمانی و مولفه تعهد عاطفی و تعهد هنجاری با رقابت‌پذیری رابطه معنادار است، یعنی بین تعهد سازمانی با رقابت‌پذیری ($r = 0/309$) رابطه معنادار وجود دارد براین اساس رقابت‌نشان دهنده تمایل شرکت به چالش‌های سخت و مستقیم با رقبا به منظور بهبود وضعیت بازار خودشان است. شرکت‌هایی که هدف آن جلوگیری از رقباست نه ضرر زدن به آنها، به طور تهاجمی موقعیت رقابتی خود را با به کارگیری فرصت‌ها می‌سازند (Lampken and Dess,

(2005). لذا برای اینکه شرکتی توانایی رقابت با رقبای خود داشته باشد و بتواند عملکرد قابل قبولی داشته باشد، نیازمند کارکنانی است که نسبت به سازمان خود احساس مسئولیت می‌کنند و خود را عضو این خانواده می‌دانند. در این راستا پیشنهادات زیر ارائه شود:

- ریسک‌پذیری از جمله ویژگی‌هایی است که در شرایط اقتصاد آرام و با ثبات خود را نشان می‌دهد. از طرفی نیز در یافتیم که بین این ویژگی با تعهد سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. لذا برای بالا بردن کلی عملکرد شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای باید زمینه اقتصاد باثبات را فراهم آورد تا شرکت‌ها ریسک‌پذیری بیشتری را متحمل شوند.
- با توجه به نتایج پژوهش که نشان داد استقلال طلبی، نوآوری و خطرپذیری با تعهد سازمانی رابطه مثبت و معنا داری وجود دارد به مدیران پیشنهاد می‌شود که روی این عوامل سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی شود
- مدیران شرکت‌ها نوآوری را بین کارکنان تشویق و ترویج نمایند. نوآوری جزء جدایی‌ناپذیر و ابزار لازم برای کارآفرینی است. بنابراین، سازمان باید اهمیت کلیدی نوآوری را درک کند

منابع

- Allen, N., and Meyer, J. P. (1991). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63: 1-18.
- Ahmadpour Dariani, M., Nikbin, H. and Karimi, A. (2011). Factors affecting the development of entrepreneurship in the companies of technical and engineering consulting services of farmers in Zanjan province. *Journal of Agricultural Economics and Development Research*, Volume 2-42, Issue 4: 246-535. [In Persian].
- Amirkabir, A. and Amirahmadi, A. (2010). Factors affecting organizational commitment. *Quarterly Journal of Business Management*, 2(7): 256-239. [In Persian].
- Bagheri, M. and Tolai, R. (2010). Investigating the effect of organizational commitment on organizational performance. *Police Human Development Bimonthly*, 7(30): 73-96. [In Persian].
- Basir, M. Imani, S. Zaranejad, M. and Najmabadi, A. (2015). Investigating the mediating effect of entrepreneurial orientation on the relationship between internal marketing and organizational commitment (case study: Aghajari Oil and Gas Exploitation Company headquarters), *Productivity Management*, 8(32). [In Persian].
- Davari, A. and Shahbaz Moradi, S. (2013). Identifying the effect of entrepreneurial orientation and organizational factors on business performance (Case study: Technical companies affiliated with National Iranian Oil Company. *Entrepreneurship Development*, 6(3): 125-143. [In Persian].
- Ekhbari, M., Arezi, H.M. and Alavi, S.K. (2010). The relationship between organizational commitment and its dimensions with professional commitment among employees of Isfahan refinery. *Scientific-Research Quarterly Journal of Management and Human Resources in the Oil Industry*, 4(12): 157-129. [In Persian].
- Gholamhosseini, A. and Esmaeili, A. R. (2011). Investigating the effect of organizational commitment on human resource retention. *NAJA Human Resources Quarterly*, 6(23): 23-1. [In Persian].
- Hosseini, S. M. and Mehdizadeh Ashrafi, A. (2010). Identifying factors affecting organizational commitment. *Quarterly Management*, 7(18): 9-15. [In Persian].

- **Hosseini-Nia, G. Moghaddas Farimani, S. and Jafari, A. (2017)**. The effect of entrepreneurial orientation of cooperative companies in the production and supply of agricultural inputs and equipment on their performance: Considering the moderating role of market orientation, *Cooperative and Agriculture Quarterly*, 6(22). [In Persian].
- **Hadizadeh Moghadam, A., Ramin-Mehr, H. and Hosseini, S.S. (2009)**. Investigating the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial orientation: a case study: organizations Affiliated with the oil company. *Entrepreneurship Development*, 1(6): 139-162. [In Persian].
- **Heydarzadegan, A., Farhang, A. and Ghorbani, M. (2013)**. Investigating the simple and multiple relationship between employee development and organizational commitment. *Scientific-Research Quarterly Journal of New Approaches in Educational Management*, 5(3): 43-58. [In Persian].
- **Hui, L. Y., Haung, J. and Tsai, M. (2009)**. Entrepreneurial orientation and firm performance: the role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38: 440-449.
- **Jaramillo, F., Mulki, J. P. and Marshall G. W. (2005)**. A meta-analysis of the relationship between organizational commitment and salesperson job performance: 25 years of research. *Journal of Business Research*, 58: 705 –714.
- **Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C., Schneider D. R. (2010)**. Understanding and Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 : 47-69.
- **Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996)**. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- **Karacaoglu, K., Bayrakdaroglu, A. & San, F.B. (2012)**. The impact of corporate entrepreneurship on firms financial Performance: Evidence from Istanbul Stock Exchange. *Firms. International Business Research*, 6(1), 163.
- **Parsa Moein, K. and Nazim, F. (2010)**. The relationship between entrepreneurship and organizational commitment with job burnout. *Quarterly News in Industrial Organizational Psychology*, 1(3): 7-17. [In Persian].
- **Rahimi, M.K., Zarfashani, K., Nouri, M., Abbasizadeh Qanavati, S. and Rostami, F. (2012)**. Performance evaluation of agricultural consulting and technical and engineering service companies in Kermanshah and Zanjan provinces. *Rural Research*, 3(4): 215-240. [In Persian].
- **Sanjaghi, M.A., Farhi Borzanjani, B., Zohorian Nadali, A. and Dorudi, H. (2013)**. Explaining the relationship between entrepreneurial orientation and organizational performance through the mediation of social exchanges from the perspective of organizational justice. *Entrepreneurship Development*, 6(3): 26-7. [In Persian].
- **Shepherd, D., Covin, G.F. and Kuratko F.D. (2008)**. Project Failure from Corporate Entrepreneurship: Managing the Grief Process,. *Journal of Business Venturing*, 24(6), 588-600.
- **Tajeddini K., & Mueller S.L. (2012)**. Corporate entrepreneurship in Switzerland: evidence from a case study of Swiss watch manufacturers. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3): 355-372 .
- **Toghraei, M.T., Sharifi, S. and Darabian, S. (2016)**. Investigating the relationship between organizational commitment and entrepreneurial orientation in cultural-artistic organizations of Isfahan province. *Organizational Resource Management Research*, 6(1): 187-163. [In Persian].
- **Yanga F. and Chang C. C. (2008)**. Emotional labor, job satisfaction and organizational Commitment amongst clinical nurses: A questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*, 45: 879 – 887.
- **Yilmaz, K. and Bokeoglu O. C. (2008)**. Organizational citizenship behaviors and Organizational commitment in Turkish primary schools. *World Applied Sciences Journal*, 3(5): 775-780.

-Zarfashani, K., Alibeigi, A.H., Ranjbar, Z. and Soleimani, A. (2011). Measuring farmers' expectations of members of agricultural technical and engineering consulting service companies (Case study: West Islamabad County). *Rural Research*, 2(3): 125-144. [In Persian].