



بررسی رابطه بین جو نوآوری در سازمان و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهد

محمود قربانی

دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)
drm_ghorbani2020@yahoo.com

محمد علی ابری قشلاق

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

محمداصلاحی

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

تاریخ دریافت: ۹۵/۲/۱۴ تاریخ پذیرش: ۹۵/۵/۲۷

چکیده

تحقیق حاضر با هدف شناسایی رابطه بین جو نوآوری در سازمان و رفتار کارآفرینانه در بانک صادرات مشهد انجام شده است. تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی و به لحاظ روش، پیمایشی می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق کلیه‌ی کارکنان کارکنان بانک صادرات شهر مشهد، که تعداد آنها ۱۱۷۹ نفر می‌باشد و از این تعداد بر اساس جدول مورگان نمونه‌ای به حجم ۲۹۱ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. فرضیه‌های تحقیق بر اساس آزمون آماری ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج آزمون فرضیات بیانگر این است که بین تمام ابعاد متغیر جو نوآوری و کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. یافته‌های این پژوهش مؤید آن است که اجرای مدیریت مشارکتی به شیوه‌های مختلف چنانچه متضمن مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری، هدف‌گذاری، حل مشکل و تغییر و تحول در سازمان که به مدد اعمال روش‌های مشارکت از طریق ارائه پیشنهاد، شرکت در جلسات و... صورت گیرد، به میزان زیادی موجب نوآوری، ریسک‌پذیری، رقابت‌تأجیمی، خودتجدیدی و پیشگامی و در مجموع رفتار کارآفرینانه در کارکنان بانک می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: جو نوآوری، نوآوری سازمانی، فرایند نوآوری، کارآفرینی، عوامل موثر بر کارآفرینی و نوآوری.

۱- مقدمه

سازمان های امروزی در محیط های بسیار متغیر و پیچیده داخلی و بین المللی با چالش های عدیده ای از جمله منابع مالی محدود، افزایش فعالیت ها و وظایف انتظار ارائه خدمات با کیفیت و سریع مواجه اند. لذا دنبال امروز، عصر تحولات پیوسته است، در محیط پویا و متغیر کنونی برای حضوری آگاهانه در این در مدیران متلاطم، علاوه بر برخورداری از یک برنامه راهبردی به منظور هماهنگ نمودن کلیه فعالیت های سازمان و برای دستیابی به اصلاحات سازمانی خود ناگزیر به توجه به این تحولات است (محمدی، ۱۳۹۴: ۳).

آنچه که واقعیت امروزی است، تغییر و تحول شتابان، نوآوری و رقابت در محیط سازمانها و عدم قطعیت در دنیای کنونی می باشد. در این وضعیت سازمانها به دنبال بالا بردن ظرفیت رقابت پذیری خود هستند. از این رو به دنبال مزیت رقابتی می باشند. سازمانها برای بقا در عرصه رقابت، به لحاظ مؤلفه هایی، مانند خلاقیت، نوآوری، ریسک پذیری و پیش گامی هم در امور پرسنلی و منابع انسانی و هم در زمینه ساختار و فرایندها ملزم هستند. از این رو، به عواملی که می توانند گرایش کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهند بسیار توجه شده است. در این میان جو سازمانی نوآور، چالش / مشارکت، ریسک پذیری، اعتماد، حمایت از ایده به عنوان متغیرهای مرتبط از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. لذا در این فصل سعی بر آن است که خواننده با مفاهیم جو سازمانی نوآور، کارآفرینی و نقش آنها در پیشرفت سازمان در دنیای پرتلاطم امروزی شرکتها آشنا شود. ریشه وازه کارآفرینی از ریشه فرانسوی اینترپرندر^۱ است که مفهوم تعهد کردن کاری را در برمی گیرد (پور داریانی، مقیمی، ۱۳۸۹: ۴۵). کارآفرینی سازمانی مفهومی است که بر سازمان متمرکز است نه بر فرد و بر فرهنگ و فعالیتهای سازمانی. کارآفرینی سازمانی فرایندی برای تجدید سازمان است کارآفرینی سازمانی را یک مزیت رقابتی برای خلق ارزش درون سازمانی میدانند. کارآفرینی سازمانی شامل پرورش رفتارهای کارآفرینانه در سازمانی می شود بنابراین کارآفرینی سازمانی به این معنی است که سازمانها میتوانند نوآوریهای مفید را با تشویق کارکنان

برای فکر کردن، توسعه دهند و به آنها برای تعقیب برنامه هایشان، آزادی و انعطاف پذیری دهند. (مرزبان، و دیگران، ۱۳۸۹:

امروزه بر خلاف گذشته بازارهای سطح جهان با تغییرات روزانه و حتی لحظه به لحظه نیازهای جوامع بشری روبه رو هستند و سازمان های تولیدی و خدماتی که عاملان اصلی مرتفع ساختن این نازها به شمار می- روند، برای جا نماندن از تغییرات سریع و بقا ورشد در این بازارها باید به سرعت و با هدف گذاری های درست حرکت کنند. (فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸۶: ۳)

اگرچه بارت معتقد است برای رسیدن به یک تعریف جامع در کارآفرینی سازمانی، تعیین کردن آن ابعادی که کارآفرینی فردی را به کارآفرینی سازمانی تبدیل می کند، ضروری است (بارت، ۱۹۹۶) اما شارما و کریسمن معتقدند که یکی از دلایل این عدم اتفاق نظر، عناوین مختلفی است که در تعریف این پدیده به کار گرفته می- شود (شارما، کریسمن، ۱۹۹۹)؛ و به زعم مایس ۲۰۰۳ به طوری که کارآفرینی سازمانی در مطالعات تجربی به شیوه های مختلفی عملیاتی و نام گذاری شده است (فلاح، ۱۳۹۱: ۲۷).

ایجاد سازمان کارآفرین، ساختار سازمان ها باید به صورت کارآمد و منعطف در برابر تغییرات محیطی بوده و مدیران به دور از بوروکراسی اداری مشوق روحیه رفتار کارآفرینانه کارکنان باشند رایبان میکند. تمایل به تغییر؛ یکی از ویژگی های رفتار کارآفرینانه فهم تغییراتی است که باید صورت گیرد و یا اینکه صورت گرفته است. کارآفرین تغییرات حرفه ای را به درستی درک کرده و خود را بر موج تغییرات قرار داده و در جهت تحقق اهداف اهداف سازمانی از این تغییرات استفاده مطلوب می (مقیمی، ۱۳۹۳، ۱۲۸) فضای (بافت) حمایتی؛ کارکنان زمانی می توانند کارآفرین شو ند که ساختار سازمانی، مشوق و حامی ایده کارآفرینانه شان باشد و یک فرد زمانی میتواند کارآفرین شود که ساختار سازمان به گونه ای باشد که رفتار کارآفرینانه را حمایت و تشویق کند. آنتونیک و سریع گرایش کارآفرینی را در کارآفرینی درون سازمان قرار داده و هشت بعد به عنوان ویژگی آن بکار برده اند که عبارت است از: مخاطره آمیز بودن کسب و کار جدید ورود

رسیده که بین جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی با رفتار مدنی سازمانی در کارکنان زن رابطه مثبت معنی داری وجود دارد. راسخ و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود تحت عنوان تاثیر عدالت و حمایت سازمانی بر جوسازمانی نوآورانه کارکنان اداره ورزش و جوانان شهر مشهد به این نتیجه رسید که که حمایت و عدالت سازمانی توان پیش بینی مثبت و معنی دار جوسازمانی نوآورانه را دارا هستند. در جو باز و مطلوب است که کارکنان از رضایت شغلی قابل توجهی برخوردارند و انگیزه کافی برای غلبه بر مشکلات دارند. آنها دارای نیروی محرکه لازم برای ترتیب دادن کارها و حفظ تحرک سازمان هستند. به علاوه کارکنان به همکاری با سازمان خود افتخار می کنند. کارکنان به خوبی با یکدیگر همکاری می کنند و امور سازمان را تمام و کمال انجام می دهند. جو سازمانی را می توان نتیجه رهبری مدیر دانست. مدیر مؤثر مهارت بسزایی در برانگیختن کارکنان با برآورده ساختن نیازهای روانی کارکنان همچون توفیق طلبی، قدرت و... دارد. تمامی این عوامل موجب بهره وری و اثربخشی کارکنان و در نهایت افزایش بهره وری و اثربخشی سازمان می شود.

حیدری فردو همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود تحت عنوان فرهنگ و جوسازمانی نوآورانه در یک پژوهش کیفی به این نتیجه رسیدند که مقوله ها یا ابعاد اساسی فرهنگ و جو سازمانی نوآورانه شامل: (۱) فرهنگ پژوهش محوری، (۲) فرهنگ حامی نوآوری، (۳) جو گشودگی و اعتماد متقابل، (۴) جو خلاق و حامی نوآوری، (۵) فرهنگ نقد و نقدپذیری می باشد. صفرزاده و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود تحت عنوان رابطه سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمند سازی روان شناختی به این نتیجه رسیدند بین سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمند سازی روان شناختی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد.

عوامل زمینه‌ای مؤثر بر رفتار کارآفرینی سازمانی

(۱) فرهنگ و ارزشهای سازمان: فرهنگ سازمانی شامل ارزشها و باورهای اعضای یک سازمان است و رفتار اعضای سازمان را شکل می دهد. فرهنگ سازمانی می تواند در یک طیف از حامی آرمان و هدفهای

به کسب و کارهای جدید، نوآوری محصولات و خدمات، نوآور بودن فرایندکاری، نوسازی، ریسک پذیری، استقلال عمل و مبارزه رقابتی به طور کلی ابعاد اصلی گرایش بکارآفرینی شامل نوآور بودن، استقلال عمل داشتن، ریسک پذیری، استقلال عمل و رقابت تهاجمی است (قشلاقی، ۱۳۹۴: ۳۰). کوراتکو در سال ۱۹۹۰ مدلی را ارائه داد که در واقع جز مدل های سنجش بستر کارآفرینی سازمانی محسوب می شود. او بعد از تحلیل عاملی، ۵ عامل حمایت مدیریت، سیستم پاداش و تشویق، منابع، ساختار سازمانی و ریسک پذیری را استخراج کرد و نهایتاً ۲۱ عامل را در ۳ بدست آورد (حق محمدی، ۱۳۹۱: ۳۵). کوراتکو و همکاران^۲ (۱۹۹۳)، مدل تعاملی کارآفرینی درون سازمانی را ارائه دادند که براساس تعامل ۱- مشخصات سازمانی: حمایت مدیریت، استقلال و آزادی در کار، پاداش و تقویت، دادن فرصت، محدوده های سازمانی. ۲- مشخصات فردی: ریسک پذیری، نیاز به استقلال، نیاز به توفیق، هدف گرایی و مرکز کنترل... در مدل آیرلند و همکاران^۳ (۲۰۰۴)، ورودی ها در قالب طراحی استراتژی کارآفرینی سازمانی و سپس شناسایی محرک های استراتژیک در نظر گرفته شده اند. در مرحله فرآیند چهار عامل ساختار، مدیریت منابع انسانی، کنترل-ها و فرهنگ تغییرات لازم را ارائه می نماید و خروجی این مدل سیستمی عملکرد کارآفرینانه است که در قالب نوآوری، مخاطره پذیری و پیشتازی در بازار، خود را نشان می دهد (دلجویی، ۱۳۹۲: ۵۷).

مفهوم جو سازمانی نوآور همانند هوای موجود در یک اتاق است، ما نمی توانیم جو سازمانی را ببینیم یا لمس کنیم، اما آن ما را احاطه کرده است و هر چه که اتفاق می افتد را تحت تأثیر قرار می دهد و خود نیز از آنچه که در سازمان می گذرد، تأثیر می پذیرد. بنابراین هر سازمانی، فرهنگ، سنتها و روشهای عمل ویژه ای دارد که بر روی هم جو آن سازمان را تشکیل می دهند. جو برخی سازمانها پویا و کاری است و برخی دیگر سهل گیر و برخی کاملاً انسانی و برخی دیگر سخت و سرد.

صفرزاده و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود تحت عنوان رابطه جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی با رفتار مدنی سازمانی در کارکنان زن به این نتیجه

پیترسون و برگر^۴ (۱۹۷۲) نیز در مطالعات خود سعی کرده‌اند تا عوامل مختلف سازمانی و محیطی را که فعالیت‌های کارآفرینی را در درون شرکت تحت تأثیر قرار می‌دهند، شناسایی کنند، مدل زیر یکی از مدل‌هایی است که سعی کرده تا پیش نیازهای کارآفرینی سازمانی و نتایج آن را در ارتباط با متغیرهای دیگر سازماندهی کند (احمدپور، ۱۳۸۱). در تحقیق خود عوامل حمایت

مدیریت، استقلال کاری و آزادی عمل، پاداش و تقویت، زمان در دسترس و مرزهای سازمانی را بر کارآفرینی سازمانی مؤثر دانسته است؛ کوراتکو و همکاران^۵ به نقل از هرزبای^۶ (۱۹۹۰) برای تعیین کارایی محیط کارآفرینی سازمانی، پنج عامل محیط درونی سازمان، حمایت مدیریتی، خودمختاری یا استقلال کاری، روش پاداش، دسترسی به زمان و مرزهای سازمانی مؤثر بر کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده است. رفتار کارآفرینانه در یک سازمان موجود «مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات را در بر می‌گیرد که توسط افراد در سطوح مختلف انجام شده است و ترکیب تازه‌ای از منابع را برای شناخت و پیگیری فرصت‌ها به کار می‌گیرد».

ناصری فر و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه موردی سازمان امور مالیاتی کشور در ارتباط با عوامل ساختاری مؤثر بر نوآوری و خلق دانش در سازمانها صورت گرفت به این نتیجه رسیدند که: وجود پست‌های سازمانی رسمی برای پیشبرد فرآیند خلق دانش، وجود شبکه‌های ارتباط اجتماعی و... از ویژه گیهای ساختار دانش آفرین به شمار می‌آیند واز میان عوامل مذکور وجود پستهای سازمانی رسمی برای پیشبرد فرآیند خلق دانش به عنوان مهمترین عوامل ساختاری تأثیرگذار بر میزان خلق دانش در سازمان امور مالیاتی کشور شناسایی شده است.

تابلی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود باموضوع بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین و خلاقیت کارکنان در سازمانهای دولتی شهرستان نیریزدانجام پذیرفت به این نتیجه رسیدند که: بین رهبری تحول آفرین و خلاقیت کارکنان رابطه معنا داری وجود دارد. عبدی و همکاران (۱۳۹۲) با موضوع بررسی تأثیر خلاقیت و نوآوری در چابکی کارکنان با مطالعه موردی

سازمانی تا تقابل با هدفهای سازمانی قرارگیرد. فرهنگ حامی کارآفرینی، فرهنگی است که در آن ارزشهایی مانند تغییر، نوآوری، مخاطره پذیری، یادگیری، کارگروھی، رقابت پذیری، و فرصت جویی ترویج می‌شود. در فرهنگ سازمانی کارآفرینی، هدف جویی و آرمان مشترک در کارکنان درونی شده است.^۲

۲) محیط کسب و کار: محیط کسب و کار شامل محیط اقتصادی، اجتماعی، فناوری و سیاسی ملی و بین المللی است. محیط کسب و کار می‌تواند حامی یا مانع کارآفرینی سازمانی باشد. به طور کلی سازمانها برای فعال کردن رفتار کارآفرینی، می‌توانند فشارهای رقابتی را به داخل سازمان منتقل کنند و بخشها و افراد سازمانی در مواجهه با خواسته‌های محیط قرارگیرند (همان ۱۳۴).

عوامل ساختاری مؤثر بر رفتار کارآفرینی سازمانی

۱) هدف گذاری صحیح و روشن: وقتی هدفها روشن باشد، اعضای سازمان می‌دانند که برای رسیدن به چه چیزی باید تلاش کنند.

۲) توسعه منابع انسانی: در سازمانی که افراد با قابلیت بالا وجود داشته باشند، رفتار کارآفرینی را ترویج می دهند.

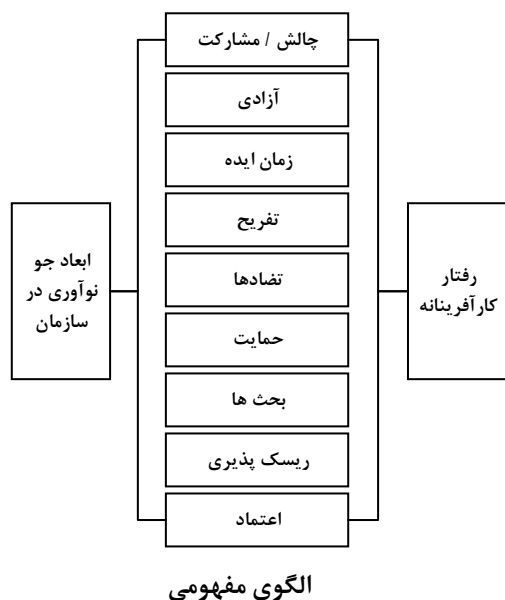
۳) ایجاد سیستم‌های بازخور: افراد و بخشهای سازمان اگر از نتایج کار خود و عکس العمل محیط بازخور دریافت نمایند، می‌توانند عملکرد خود را بهبود بخشند، جایی که عوامل محیطی انتظار رفتار کارآفرینی را القا می کنند، بازخورهای محیطی رفتار کارآفرینی سازمانی را ترغیب می کنند.

۴) ترکیب مسئولیت فردی و گروهی: سیستم های سازمانی با ترکیب مسئولیت فردی و گروهی، تلاش فردی و گروهی را ترغیب می کنند.

۵) پاداش بر اساس نتایج: در صورتی که کارکنان بدانند که در نتایج کار خود سهیم هستند و نتایج مثبت، پاداش مثبت دارند، رفتار کارآفرینانه در آنها ترغیب می‌شود.

ریسک‌پذیری، رقابت‌تهاجمی، پیشگامی و استقلال‌طلبی است

بنابراین مدیریت با تعیین و روشن نمودن اهداف و راه‌های رسیدن به آن‌ها، به رفتار کارکنان جهت می‌دهد و آنان را هدایت می‌کند. اهداف چالش‌برانگیز در کارکنان ایجاد انگیزه می‌کنند، به ویژه زمانی که کارمند در تعیین اهداف نقشی داشته باشد. بنابراین باید اهداف سازمانی به درستی بیان شوند، غایت سازمان مشخص شود و طوری عمل شود که اهداف تحقق‌پذیر، هماهنگ و دست‌یافتنی باشند. باید مدیران با راهبرد ها و اقداماتی مانند فراهم کردن اطلاعات، تفویض اختیار، مدیریت مشارکتی، تشکیل تیم و استقلال دادن به کارکنان، بستر ها و شرایط انجام وظایف سازمانی را به گونه‌ای فراهم کنند تا کارکنان آنچه را که می‌خواهند با رغبت و انگیزه درونی انجام دهند. مدیران باید کنترل‌ها و محدودیت‌ها را کاهش دهند و به جای آن از راهبردهای هل دادن، از راهبردهای جذب کردن استفاده کنند. مدیران با به کارگیری راهبردهای جذب کردن، محیط سازمانی را به گونه‌ای شکل می‌دهند که موجب اشتیاق درونی کارکنان نسبت به انجام وظایف می‌شود.



روش تحقیق

کارکنان بانک ملی شهرستان سنندج مطرح گردیده است به این نتیجه رسیدند که: چابکی کارکنان دارای ابعاد انعطاف‌پذیری، پاسخگویی، سرعت، فرهنگ تغییر، یکپارچگی و کاهش پیچیدگی، همکاری متقابل و کارکردهای مدیریتی است. کوشکی و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی نقش میانجی معنویت سازمانی در ارتباط بین توانمندسازی روانشناختی و بروز رفتارهای کارآفرینانه که به صورت موردی در شرکت ماموت انجام پذیرفت و تأثیر ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی و معنویت کاری بر بروز رفتار کارآفرینانه را بر اساس مدل مفهومی به دست آمده که از ترکیب سه متغیر توانمندسازی روان‌شناختی، معنویت کاری و بروز رفتارهای کارآفرینانه است. شافعی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیق خود تحت عنوان بررسی تأثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه به این نتیجه رسید که عوامل فردی رابطه معنی‌داری با ویژگی‌های کارآفرینانه دارد به طوری که دانشجویان پسر و آن‌هایی که وضعیت تحصیلی مناسبی دارند، حس توفیق‌طلبی، استقلال‌طلبی و خلاقیت در آن‌ها بیش‌تر می‌باشد.

مرزبان و همکاران (۱۳۸۹) در تحقیق خود تحت عنوان تأثیر جو کارآفرینی سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران به این نتیجه رسیدند که بین ابعاد جو کارآفرینی سازمانی و رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. عربیون و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیق خود تحت عنوان بررسی تأثیر ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان در کتابخانه‌های مربوط به پردیس‌های دانشگاه تهران به این نتیجه رسیدند که ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان تأثیر مثبت و معناداری دارد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند به مدیران کتابخانه‌های دانشگاه تهران در شناسایی ضعف‌ها و قوت‌های طراحی ساختار سازمانی موثر در بروز رفتارها و تمایلات افراد در جهت فعالیت‌های کارآفرینانه کمک کند. صابری و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود تحت عنوان بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور به این نتیجه رسیدند که همبستگی بُعد نوآوری با گرایش کارآفرینانه و تأثیری که بر آن دارد بیشتر از چهار بُعد

معنی داری برای مقایسه‌های آماری در سطح ($p < 0.05$) و دو سویه در نظر گرفته می‌شود. فرضیه اصلی: بین جو نوآوری و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهد رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از تحلیل‌های آماری همانطور که از جدول ۱ مشهود است مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر 0.351 بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر 0.000 می‌باشد که از 0.01 کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می‌شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد.

در نتیجه می‌توان گفت: بین نوآوری و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهد همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی ۱: بین چالش و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

یافته‌های به دست آمده از تحلیل‌های آماری همانطور که از جدول ۲ مشهود است مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر 0.316 بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر 0.000 می‌باشد که از 0.01 کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می‌شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد. در نتیجه می‌توان گفت: بین چالش و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهد همبستگی مثبت وجود دارد.

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از حیث روش توصیفی و همبستگی است که اطلاعات آن به شیوه پیمایشی جمع‌آوری گردیده است.

جامعه آماری، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کارکنان بانک صادرات شهر مشهد، که تعداد آنها ۱۱۷۹ نفر می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه بر اساس جدول برآورد حجم نمونه جرسی مورگان^۷ و جرسی ۲۹۱ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب گردیدند.

پایایی (اعتبار درونی)

از آنجایی که آلفای کرونباخ معمولاً شاخص کاملاً مناسبی برای سنجش قابلیت اعتماد ابزار اندازه‌گیری و هماهنگی درونی میان عناصر آن است. پرسشنامه کارآفرینی درسازمان با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر 0.64 و پرسشنامه جو نوآوری در سازمان نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برابر 0.94 محاسبه شده است.

آزمون فرضیه‌های تحقیق:

به منظور استفاده از روش آماری مناسبی ابتدا پیش فرض‌های ورود به نوع آزمون مورد بررسی قرار گرفت، چون متغیرهای تحقیق از نوع فاصله‌ای بوده به این منظور از طریق آزمون اسمیرنوف کولموگروف^۸ نرمال بودن توزیع داده‌ها بررسی شد. پس از اطمینان از توزیع داده‌ها، از آزمون‌های مناسب استفاده خواهد شد. سطح

جدول ۱- آزمون همبستگی پیرسون نوآوری

آزمون همبستگی		
کارآفرینی	نوآوری	
0.351^{**}	۱	همبستگی پیرسون
0.000		سطح معناداری (دودامنه)
۲۶۵	۲۶۵	(تعداد)
۱	0.351^{**}	همبستگی پیرسون
	0.000	سطح معناداری (دودامنه)
۲۶۵	۲۶۵	(تعداد)
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح $0.1 = 2$		

جدول ۲- آزمون همبستگی پیرسون چالش

آزمون همبستگی			
چالش	کارآفرینی		
**۰/۳۱۶	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۰۰۰		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۳۱۶	همبستگی پیرسون	چالش
	/۰۰۰	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۰/۱ = ۲			

فرضیه فرعی ۳: بین زمان ایده و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته های به دست آمده از تحلیل های آماری همانطور که از جدول ۴ مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۳۵۹ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر /۰۰۰ می باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد.

در نتیجه می توان گفت: بین زمان ایده و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهود همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲: بین آزادی و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته های به دست آمده از تحلیل های آماری همانطور که از جدول ۳ مشهود است مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۲۹۱ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر /۰۰۰ می باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد.

در نتیجه می توان گفت: بین آزادی و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهود همبستگی مثبت وجود دارد.

جدول ۳- آزمون همبستگی پیرسون آزادی

آزمون همبستگی			
آزادی	کارآفرینی		
**۰/۲۹۱	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۰۰۰		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۲۹۱	همبستگی پیرسون	آزادی
	/۰۰۰	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۰/۱ = ۲			

جدول ۴- آزمون همبستگی پیرسون ایده

آزمون همبستگی			
ایده	کارآفرینی		
**۰/۳۵۹	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۱۰۰۰		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۳۵۹	همبستگی پیرسون	ایده
	/۱۰۰۰	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۱٪ = ۲			

فرضیه فرعی ۵: بین تضادها و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته های به دست آمده از تحلیل های آماری همانطور که از جدول ۶- مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۱۹۲ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر ۰/۰۰۲ می باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی برعدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد.

در نتیجه می توان گفت: بین تضادها و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهود همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی ۴: آیا بین تفریح و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته های به دست آمده از تحلیل های آماری همانطور که از جدول ۵ مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۱۸۹ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر ۰/۰۰۲ می باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی برعدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد.

در نتیجه می توان گفت: بین تفریح و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهود همبستگی مثبت وجود دارد.

جدول ۵- آزمون همبستگی پیرسون تفریح

آزمون همبستگی			
تفریح	کارآفرینی		
**۰/۱۸۹	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
۰/۰۰۲		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۱۸۹	همبستگی پیرسون	تفریح
	۰/۰۰۲	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۱٪ = ۲			

جدول ۶- آزمون همبستگی پیرسون تضادها

آزمون همبستگی			
تضادها	کارآفرینی		
**۰/۱۹۲	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
۰/۰۰۲		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۱۹۲	همبستگی پیرسون	تضادها
	۰/۰۰۲	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۰/۱ = ۲			

فرضیه فرعی ۷: بین بحث‌ها و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از تحلیل‌های آماری همانطور که از جدول ۸ مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۲۳۰ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر ۰/۰۰ می‌باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می‌شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد. در نتیجه می‌توان گفت: بین بحث‌ها و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهود همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی ۶: بین حمایت از ایده و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از تحلیل‌های آماری همانطور که از جدول ۷ مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۲۳۴ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر ۰/۰۰ می‌باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می‌شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد. در نتیجه می‌توان گفت: بین حمایت از ایده و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهود همبستگی مثبت وجود دارد.

جدول ۷- آزمون همبستگی پیرسون حمایت

آزمون همبستگی			
حمایت	کارآفرینی		
**۰/۲۳۴	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۰۰۰		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۲۳۴	همبستگی پیرسون	حمایت
	/۰۰۰	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۰/۱ = ۲			

جدول ۸-آزمون همبستگی پیرسون بحث ها

آزمون همبستگی			
بحثها	کارآفرینی		
**۰/۲۳۰	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۰۰۰		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۲۳۰	همبستگی پیرسون	بحث ها
	/۰۰۰	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۱٪ = ۲			

فرضیه فرعی ۹: بین اعتماد و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته های به دست آمده از تحلیل های آماری همانطور که از جدول ۱۰ مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۱۵۱ بوده و رابطه در سطح ۰/۱۴ معنادار نیست اما رابطه معناداری در سطح ۰/۰۵ وجود دارد. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد. در نتیجه می توان گفت: بین اعتماد و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهد همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه فرعی ۸: بین ریسک پذیری و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه وجود دارد.

بر اساس یافته های به دست آمده از تحلیل های آماری همانطور که از جدول ۹ مشهود است ضریب همبستگی بین دو متغیر مورد مطالعه برابر ۰/۱۶۰ بوده و مقدار احتمال مربوط به سطح معنی داری آن برابر ۰/۰۰۹ می باشد که از ۰/۰۱ کمتر است. بنابراین فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود رابطه معنی دار بین دو متغیر مورد مطالعه رد می شود، یعنی رابطه معنی دار وجود دارد. در نتیجه می توان گفت: بین ریسک پذیری و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات مشهد همبستگی مثبت وجود دارد.

جدول ۹-آزمون همبستگی پیرسون ریسک پذیری

آزمون همبستگی			
ریسک	کارآفرینی		
**۰/۱۶۰	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۰۰۹		سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۱۶۰	همبستگی پیرسون	ریسک
	/۰۰۹	سطح معناداری (دودامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۱٪ = ۲			

جدول ۱۰-آزمون همبستگی پیرسون اعتماد

آزمون همبستگی			
اعتماد	کارآفرینی		
**۰/۱۵۱	۱	همبستگی پیرسون	کارآفرینی
/۰۱۴		سطح معناداری (دو دامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
۱	**۰/۱۵۱	همبستگی پیرسون	اعتماد
	/۰۱۴	سطح معناداری (دو دامنه)	
۲۶۵	۲۶۵	تعداد	
**معناداری همبستگی پیرسون در سطح ۵٪ = ۲			

پیشنهادها بر اساس یافته های تحقیق

نتایج تحقیق نشان داد، بطور کلی هر نه بعد جونوآوری با رفتار کارآفرینانه کارکنان و ابعاد آن رابطه معنی داری داشت. وجود رابطه معنی دار بین ابعاد جونوآوری و رفتار کارآفرینانه کارکنان نشان از مهم بودن جونوآوری است. یافته های این پژوهش مؤید آن است که اجرای مدیریت مشارکتی به شیوه های مختلف چنانچه متضمن مشارکت کارکنان در تصمیم گیری، هدف گذاری، حل مشکل و تغییر و تحول در سازمان که به مدد اعمال روش های مشارکت از طریق ارائه پیشنهاد، شرکت در جلسات و... صورت گیرد، به میزان زیادی موجب نوآوری، ریسک پذیری، رقابت تهاجمی، خودتجدیدی و پیشگامی و در مجموع رفتار کارآفرینانه در کارکنان بانک می گردد. به طور کلی از جمع بندی یافته های مزبور می توان به تأیید یک فرضیه اصلی و مهم نائل گشت و آن این که جونوآوری باعث افزایش رفتار کارآفرینانه کارکنان می شود. فرضیه (۱) بین چالش و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد میگردد.

برگزاری کارگاه های آموزشی مهارتهای حل مسأله و مشکل، تصمیم گیری، ایجاد هدف و مقاومت در مقابل فشار گروه همکار، برگزیدن اهداف چالشی و مترقی برای شعب و برنامه ریزی، در جهت تحقق این اهداف، تجزیه و تحلیل موقعیت رقبا در بازارهای داخلی و تدوین برنامه هایی جهت افزایش توان رقابتی شعب، تلاش مداوم سازمان در جهت بهبود مستمر وضع موجود و عدم اکتفای شعب و مدیریت به اهداف تعیین شده

فرضیه (۲) بین آزادی و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد بنابراین پیشنهاد میگردد. مشخص کردن مسیر ارتقای شغلی و فراهم آوردن امکان ارتقاء و پیشرفت کارکنان، ارائه معیار روشنی برای موفقیت در سازمان، شرح روشن و دقیق وظایف افراد و میزان مسئولیت آنها

فرضیه (۳) بین زمان ایده و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد میگردد. تشکیل یک گروه ستادی جهت دریافت ایده های جدید و نو (طوفان فکری). اختصاص زمان و فضای مناسب جهت ارائه ایده های جدید توسط کارکنان (نظام پیشنهاد)

فرضیه (۴) بین تفریح و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد بنابراین پیشنهاد میگردد. تغییر نگرش کارکنان (نگاه به جنبه های روشن زندگی و حفظ نگرش مثبت حتی در مواجهه با ناملایمات)، تقویت روحیه کارکنان با برگزاری برنامه های فوق برنامه همچون برگزاری جشنها، اردوها و... ارائه خدمات رفاهی - تفریحی جهت ارتقاء سطح کیفی محیط کار

فرضیه (۵) بین تضادها و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد بنابراین پیشنهاد میگردد. تغییر نگرش افراد در سطوح مختلف مدیریتی نسبت به تغییر و تحولات مثبت سازمانی (بالا بردن انعطاف پذیری به هنگام تغییر موقعیت و شرایط) استفاده از موقعیت های گروهی برای ایفای نقش و مهم ترین رفتارهای اجتماعی و آموزش آنها

فرضیه ۶) بین حمایت از ایده و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد میگردد. برگزاری دوره های آموزشی کارآفرینی و کارگاه های آموزش مهارت های نوآوری حمایت مدیران و معاونین از کارهای نوآورانه و کارآفرینانه، حمایت از کارکنان دارای ایده های نو و نگاه کارآفرینانه

فرضیه ۷) بین بحث ها و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد. در بحث ها از نقطه نظرات جدید و حتی مخالف استقبال گردد، در بحث ها و گفتگوها آزادی بیان باشد تا افراد بتوانند نکته نظرات خود را بیان نموده و در مورد دیدگاه های مختلف بحث نمایند.

فرضیه ۸) بین ریسک پذیری و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد میگردد. تقویت روحیه جسارت و ریسک پذیری در بین کارکنان. رویکرد مثبت نسبت به سرمایه گذاری در فرصت های جدید. تدوین استراتژی همورد طلب و چالشی برای بانک. برنامه ریزی برای شناسایی مشتریان جدید و ورود به بازارهای ناشناخته. ایجاد فرهنگ ریسک پذیری معقول (در جهت کارآفرینی). در بین کارکنان و مدیران شعب با استفاده از سیستم پاداش دهی (پاداش دهی به افرادی که ریسک پذیری خوب و معقولی دارند و الگو کردن آن ها)

فرضیه ۹) بین اعتماد و رفتار کارآفرینانه کارکنان بانک صادرات رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین پیشنهاد میگردد. تشویق کارکنان به ارائه ایده های خلاق و نوآورانه، تلفیق دانش مدیریتی و توانایی های نوآوری که می تواند در سوق دادن افراد به سوی دستیابی به هدف کارساز و مفید باشد، لحاظ نمودن قابلیت ارائه طرح های نوآوری و با قابلیت کارآفرینی در فرم ارزشیابی سالانه کارکنان

حیدری فردو همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود تحت عنوان فرهنگ و جو سازمانی نوآورانه در یک پژوهش کیفی به این نتیجه رسیدند که مقوله ها یا ابعاد اساسی فرهنگ و جو سازمانی نوآورانه شامل: ۱) فرهنگ پژوهش محوری، ۲) فرهنگ حامی نوآوری، ۳) جو گشودگی و اعتماد متقابل، ۴) جو خلاق و حامی نوآوری، ۵) فرهنگ

نقد و نقدپذیری می باشد. صفرزاده و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود تحت عنوان رابطه سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمند سازی روان شناختی به این نتیجه رسیدند بین سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمند سازی روان شناختی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد.

فهرست منابع

- ۱) احمد پور داریانی، م.، مقیمی، م. (۱۳۸۶)، مبانی کارآفرینی. انتشارات فرا اندیش.
- ۲) پیکارجو، کامبیز و فرزانه و علی اصغری (۱۳۸۷)، کارآفرینی سازمانی و سازمان های کارآفرین، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۰.
- ۳) شافعی و همکاران (۱۳۹۱) بررسی تاثیر عوامل فردی و محیطی بر رفتار کارآفرینانه، توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره پانزدهم، بهار ۱۳۹۱.
- ۴) صابری و همکاران (۱۳۹۵) مدل یابی تأثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد سازمانی نهاد کتابخانه های عمومی کشور، فصلنامه نهاد کتابخانه های عمومی کشور دوره ۲۲، شماره ۱.
- ۵) صفرزاده و همکاران (۱۳۹۱) رابطه جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی با رفتار مدنی سازمانی در کارکنان زن، فصلنامه زن و فرهنگ: زمستان ۱۳۹۱، دوره ۴، شماره ۱۴.
- ۶) صفرزاده و همکاران (۱۳۹۲) رابطه سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمند سازی روان شناختی افته های نو در روان شناسی (روان شناسی اجتماعی): تابستان، دوره ۸، شماره ۲۷.
- ۷) دلجوی شهیر (۱۳۹۲) جواد. تحلیل رفتار کارآفرینانه سازمانی در بین کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان.
- ۸) راسخ و همکاران (۱۳۹۳) پیش بینی جو سازمانی نوآورانه بر اساس عدالت و حمایت سازمانی اداره کل ورزش و جوانان شهر مشهد، فصلنامه مدیریت منابع انسانی در ورزش، دوره ۱، شماره ۲، بهار و تابستان

یادداشت‌ها

- ¹. Entreprenure
- ². Kuratko et al.
- ³. Ireland et al.
- ⁴. Peterson & Burger
- ⁵. Koratko et al
- ⁶. Hornsbay
- ⁷. Morgan, D.W
- ⁸. Kalmogorov– Smiranov Test

۹) فرهنگی، صفرزاده، (۱۳۸۶). کارآفرینی (مفاهیم، نظریه‌ها، مدل‌ها و کاربردها، موسسه کار و تامین اجتماعی

۱۰) عربیون و همکاران (۱۳۹۰) تاثیر ساختار سازمانی بر گرایش کارآفرینانه افراد سازمان مورد مطالعه: کتابخانه‌های دانشگاه تهران، فصلنامه تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی (کتابداری، زمستان، دوره ۴۵، شماره ۵۸

۱۱) فلاح حق محمدی، نوید، ۱۳۹۱، بررسی رابطه آمیخته بازاریابی کارآفرینانه و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط، دانشگاه ایلام

۱۲) قشلاقی، نغمه، (۱۳۹۴). بررسی تاثیر کارآفرینی بر چابکی سازمان با توجه به نقش تعدیل‌گری هوش رقابتی (بانک آینده) - دانشگاه آزاد مشهد - پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

۱۳) محمدی، حسین، (۱۳۹۴). بررسی نقش تعدیل‌گر مدیریت دانش بر رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری سازمان گمرک (مطالعه موردی گمرکات خراسان رضوی) پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد مشهد. گرایش (سیستم‌های اطلاعاتی).

۱۴) مرزبان، شیرمراد، مقیمی، سیدمحمد و ابوالقاسم عربیون (۱۳۹۰) تاثیر جو کارآفرینی سازمانی بر رفتار کارآفرینانه مدیران، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره‌های ۲۱ و ۲۲

۱۵) مقیمی، محمد، زالی، محمدرضا، مرزبان، شیرمراد (۱۳۹۳)، بررسی رفتار کارآفرینانه مدیران میانی دانشگاه تهران، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، سال ششم، شماره ۱۱

The relationship between climate innovation and organizational Entrepreneurial behavior in the Mashhad Saderat Bank

Mahmoud Ghorbani

Department of public Management, Mashhad branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran
(Corresponding Author)
drm_ghorbani2020@yahoo.com

Mohammadali Abri Ghashlagh

Master of Management Executive

Mohammad Eslahi

M. A Educational Administration, Urmia University, Iran

Abstract

Given the importance of maintaining a presence in international markets and competition in present world, innovations affecting the Saderat Bank can play a role in achieving the Bank's goals. Due to this, it is essential that every organization explore sections which embrace the innovation process and explore some of the obstacles and problems related to this process to provide solutions to facilitate and impel the organization to move toward effective and creative action. In order to accomplish this, after studying the literature innovation particularly innovation in the area of banking services, the present study deduce the effective factors in organizations. The sample proportional to the sample size of the population of this study was determined by Krejcie & Morgan table. Survey research was conducted correlational. The innovation atmosphere and entrepreneurial behavior questionnaire was distributed among the participants. After collecting the questionnaires by using statistical coefficients depending on the type of variables (Pearson correlation coefficient and stepwise regression) were calculated and analyzed. Hypothesis test results indicate that there was a significant relationship between all aspects of innovation atmosphere and corporate entrepreneurship in Saderat Bank in Mashhad city. It is hoped that this study, in addition to Saderat Bank in Mashhad, organizations such as experts and managers of organizations, especially financial institutions, research centers and universities and researchers in the field of innovation management investigative decisions in their optimum benefit.

Keywords: The innovation atmosphere, organizational innovation, process innovation, entrepreneurship, innovation Entrepreneurship factors