

تحلیل عوامل موثر بر فرهنگ کار آفرینانه در مراکز خدمات جهاد کشاورزی

نیوشا اقتداری^{۱*}، اکرم بیناییان^۲

چکیده (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 می‌باشد. مراکز خدمات کشاورزی به عنوان مهم‌ترین و اساسی‌ترین 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 شکل‌گیری 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 داده‌ها در این تحقیق در دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد و به همین منظور از نرم افزارهای SPSS و LISREL نسخه 8/5 استفاده گردید. بر اساس یافته‌ها، توسعه فرهنگ همکاری و نظام‌های ارزشی در محیط کاری با توجه به یک برنامه آموزشی جامع که فرهنگ یادگیری راتشویق می‌کند، امکان پذیر است.

واژه‌های کلیدی: فرهنگ کارآفرینانه، مراکز خدمات، جهاد کشاورزی

مقدمه

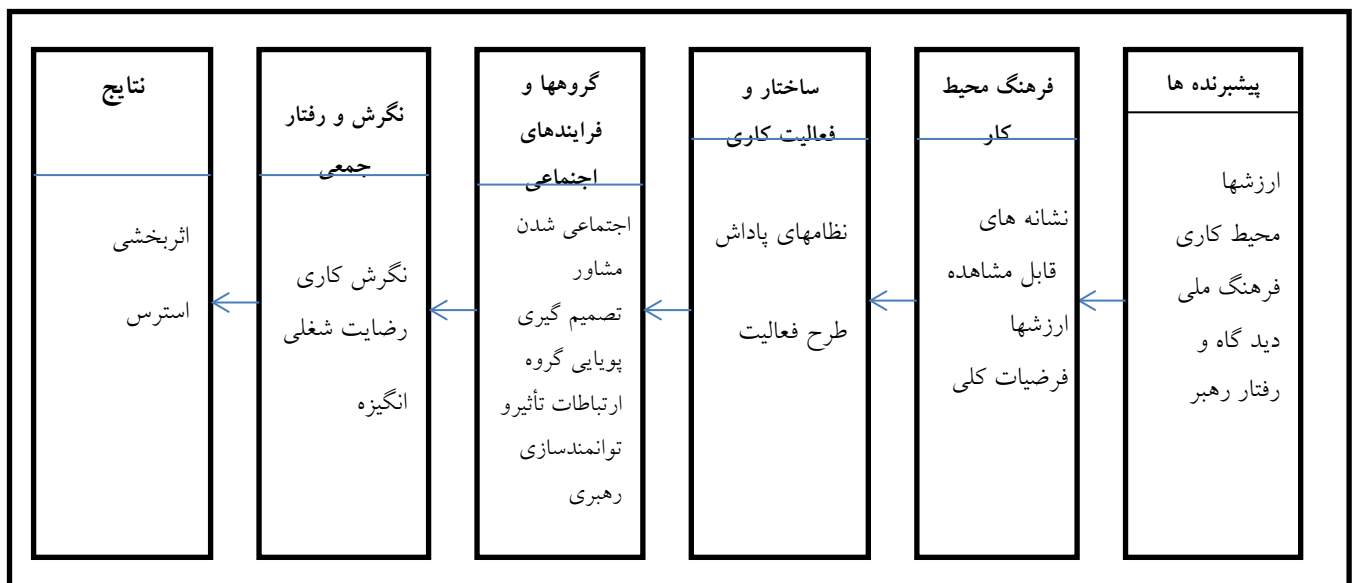
فرهنگ اهرمی به منظور جهت دهی اعمال و فعالیت‌های نیروی انسانی سازمان است که نحوه ادراک نیروی کار را از وضعیت عینی سازمان نشان می‌دهد و شامل طبیعت ارتباطات فرد با دیگر اعضای سازمان در فرآیند انجام کار می‌باشد. فرهنگ پشتیبان و محرک خلاقیت و نوآوری شامل آن دسته از مکانیزم‌های حمایتی سازمان است که کارکنان خلاق را به سمت استفاده از قابلیت‌ها و استعداد‌های خلاقانه خویش جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه سوق می‌دهد و محرکی است برای انگیزش کارکنان و استفاده از حداکثر توانایی و بهره‌وری ایشان جهت اقدامات نوآورانه (Heinonen & Korvela, 2003). فرهنگ در محیط کار به عنوان مجموعه‌ای از فرضیات محض که به طور

^۱ - دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران (نویسنده مسئول) آدرس ایمیل niusha.eghtedari@yahoo.com

^۲ - دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی کرمانشاه، ایران

بدیهی پنداشته می‌شود و تعیین می‌کند که افراد چگونه در محیط‌های مختلف کار درک، تفکر و عمل می‌کنند (Kreitner, 2008). این تعریف سه ویژگی مهم را در محیط کار مشخص می‌کند. اولاً 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 می‌گذارد. این ویژگی و خصوصیات محیط کار بر فرایند گروهی و اجتماعی اثر گذاشته و در نهایت این توالی بر نگرش‌ها و رفتار کارکنان اثر می‌گذارد. به منظور تشریح بیشتر تأثیر فرهنگ در محیط، لایه‌های مختلف از فرهنگ کار به طور خلاصه بررسی می‌شود.

شکل شماره 1 چارچوب مفهومی برای فرهنگ در محیط کاری



نشانه‌های فیزیکی قابل مشاهده در فرهنگ محیط کار شامل جنبه‌هایی مانند شیوه پوشش، صحبت‌های گفته شده درباره کار، فضای کاری، علائم و نشانه‌ها و زبان است. ارزش‌ها مفاهیم یا اعتقاداتی است که رفتارهای مطلوب را شامل می‌شود. ارزش‌ها چیزهایی هستند که افراد تصور می‌کنند انجام آنها یا داشتن آن ارزشمند است (Kreitner, 2008). ارزش‌های کارآفرینانه شامل جنبه‌هایی مانند خلاقیت، امانت، پیشرفت، مسئولیت‌پذیری، پشتکار و خودباوری بین دیگران است. عمیق‌ترین سطح فرهنگ فرضیات کلی است. این فرضیات ارزش‌های کاری را تشکیل می‌دهند و سطح آگاهانه‌ای از فرهنگ هستند که به عنوان بدیهیات پنداشته می‌شوند و کارکنان و افراد در نگرش‌ها و رفتارهای خود از آنها استفاده می‌کنند. افراد از این بدیهیات آگاه نیستند تا زمانی که با فرهنگ متفاوتی مواجه می‌شوند (Tidd, 2001). فرهنگ کارآفرینانه وقتی برآورده می‌شود که شامل رفتارهایی باشد که فرصت‌هایی را جستجو می‌کند، عقاید جدید و خلاقانه و ریسک‌پذیری را تشویق می‌کند، تحمل شکست و یادگیری را ارتقا بخشد 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 (Martins & Terbanche, 2003). ارزشها و هنجارهایی که معمولا در اشکال رفتاری خاص بروز می کند باعث تشویق یا مانع رفتار کارآفرینانه 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 کار گرفته شود. همچنین توانایی اینکه از دانش برای حل مشکلات استفاده کنند. با تغییر سریع محیط کمبود دانش به یک مانع اصلی تبدیل می شود و نیاز است تا کارکنان به طور گسترده ای یاد بگیرند (Burns, 2008).

جدول شماره ۱ هنجارها و ارزشهای مهم برای یادگیری

فرهنگی که یادگیری را ارتقا میدهد	فرهنگی که مانع یادگیری می شود
علاقه همه ذینفعان را در نظر می گیرد.	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 می توانند تغییر را ایجاد کنند.	اجازه تغییر فقط در زمانی که لازم است.
زمانی را برای یادگیری اختصاص می دهد.	سازش و کنار آمدن 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 می باشد ریسک پذیری است. در فرهنگ کاری که کنترل زیاد باشد ریسک پذیری و در نهایت خلاقیت و نوآوری محدود می شود. منظور از ریسک پذیری ریسکهای غیر قابل کنترل نیست بلکه ریسکهایی که قابل محاسبه باشد. بنابراین تعادل در میزان ریسک پذیری ضروری است که با توجه به شرح نتایج مورد انتظار از طریق توسعه یک سیاست نوآورانه بدست می آید (Martins & Terblance, 2003).

چهارمین عامل تاثیر گذار بر فرهنگ کارآفرینانه حمایت از تغییر 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 (Morris et al., 2008). 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 می شود 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 راه حل های جایگزین در حل مشکلات می شود. 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 می شود. 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 می دهد که چگونه یک فرهنگ کارآفرینانه ایجاد می شود و رفتار کارآفرینانه را تشویق کند. هدف از این مقاله بررسی ابعاد یک فرهنگ کارآفرینانه می باشد که از طریق مجموعه‌ای از فعالیتهای و اشکال می تواند در یک محدوده زمانی گسترده اجرا می شود.

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 کار تیمی، 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 اعضا با استفاده از فرمول کوکران

تعداد نمونه 300 نفر تعیین گردید. ابزار اندازه گیری وسیله‌ای برای جمع آوری داده‌ها از جامعه مورد مطالعه است. پرسشنامه یکی از ابزارهای رایج تحقیق می باشد و روشی مستقیم برای جمع آوری داده های تحقیق به شمار می رود. ابزار این تحقیق یک پرسشنامه است که توسط پژوهشگر و بر اساس مطالعات نظری و دستاوردهای آن با همکاری و مشاوره اساتید و کارشناسان و متخصصان مرتبط با موضوع تحقیق تهیه شده است. در این تحقیق برای تعیین روایی و اعتبار پرسشنامه تحقیق علاوه بر نظرخواهی از اساتید، متخصصین، صاحب نظران، کارشناسان مجرب و بررسی نهایی کمیته تحقیق اصلاحات لازم انجام می شود (روایی صوری)، از روایی سازه^۲ 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^۳ استفاده می شود. به منظور تعیین روایی سازه، شاخص میانگین واریانس استخراج شده^۴ (AVE) محاسبه می شود. شاخص میانگین واریانس استخراج شده نشان می دهد که چه درصدی از واریانس سازه مورد مطالعه تحت تاثیر نشانگرهای آن بوده است. از این شاخص برای سنجش روایی سازه استفاده می شود و از آن تحت عنوان روایی همگرا^۵ نیز یاد می شود. محققان مختلف مقدار 0/5 به بالا را برای مناسب بودن این شاخص تعیین نموده اند. با توجه به شاخص روایی سازه یا میانگین واریانس استخراج شده، مقادیر بالاتر از 0/5 نشان از روایی مناسب سازه های مورد بررسی دارد. روایی سازه فرهنگ کارآفرینانه در این تحقیق 0/52 محاسبه شد که نشان دهنده مناسب بودن سازه دارد. به منظور محاسبه قابلیت اعتماد پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ^۶ استفاده شد از آنجا که آلفای کرونباخ بین صفر و یک در نوسان است $0 \leq a \leq +1$ اگر $a=1$ باشد نشانگر اعتبار کامل ابزار تحقیق است و در صورتی که $a=0$ باشد دال بر بی اعتباری کامل آن است. در این تحقیق 0/9 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 SPSS و LISREL نسخه 8/5 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

² Construct Validity

³ Confirmatory Factor Analysis

⁴ Average Variance extracted

⁵ Convergent Validity

⁶ Cronbach alpha

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 اولویت بندی فرهنگ کارآفرینانه

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

نتایج بدست آمده از تحقیق در رابطه با اولویت بندی فرهنگ کارآفرینانه از دیدگاه پاسخگویان نشان داده شده است. با توجه به نتایج بدست آمده مشاهده می شود که از بین گویههای اشاره شده، گویههای وجود مهارت لازم در محیط کاری (3/27)، توجه به اشتباهات به عنوان یک تجربه یادگیری (3/22) و استقبال از پیشنهادهای سازنده اعضا (3/27) به ترتیب بالاترین اولویتها و گویههای انعطاف پذیری شیوه های کاری (2/94)، به کار گیری روش های مدیریتی تقویت کننده آرامش در اعضا (3/05) و به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه (3/11) به ترتیب در پایین ترین اولویتها 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 0.95، و مقدار بار تلت آن در سطح معنی داری 0.99، قرار دارد که حاکی از مناسب بودن همبستگی متغیرهای وارد شده برای تحلیل عاملی است. تعداد عاملها در این تحلیل بر اساس عاملهایی که بیش از 50 درصد از واریانس کل راتبیین می کند، انتخاب شدند. بر این اساس پنج عامل در این

تحلیل مشخص گردید که 76.342 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 14 گویه وارد شده 3 گویه از فهرست متغیرها حذف گردید.

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

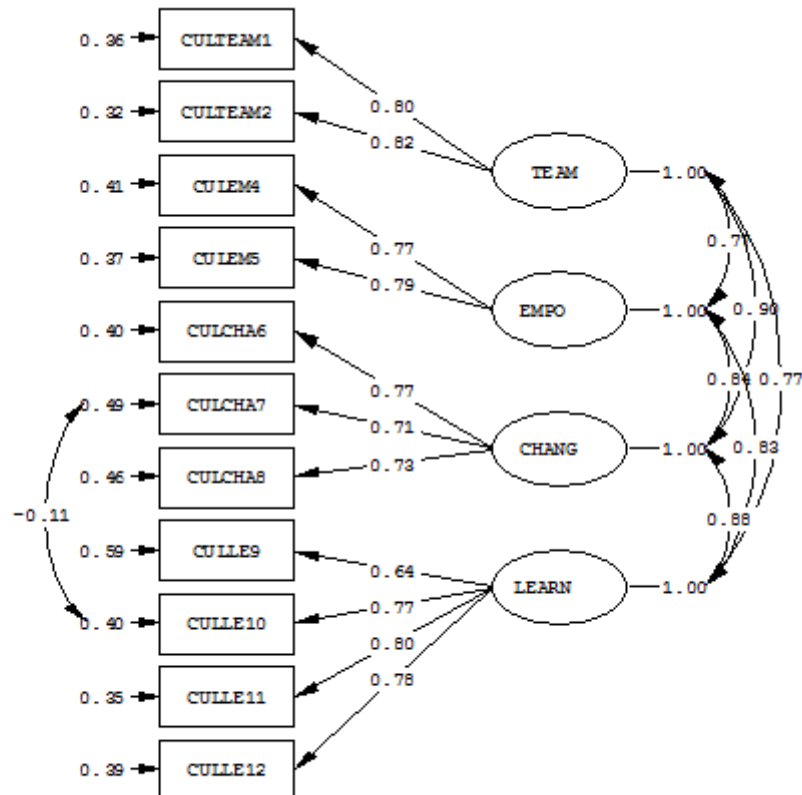
مقدار ویژه	پنجم	چهارم	سوم	دوم	اول	گویه ها	نام عامل
2.823					.736	وجود هماهنگی های کاری	کار تیمی
					.716	به اشتراک گذاشتن دانش و تجربه	
2.726		حذف				تشویق اعضا به توسعه مهارت ها و قابلیت ها	توانمندسازی
		.754				وجود مهارت لازم در محیط کاری	
		.729				توانایی های اعضا به عنوان یک منبع نوآوری	
1.969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

بعد از انجام تحلیل عاملی اکتشافی برای مورد قبول بودن و تایید مجدد متغیرهای پنهان ساخته شده و وارد کردن آنها 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 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 0/08 است. تحلیل عاملی تاییدی حاصل از چهار بعد فرهنگ کارآفرینانه شامل کار تیمی (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 شماره 4 بارهای عاملی و سطح معنی داری در تحلیل عاملی تاییدی ابعاد فرهنگ کارآفرینانه

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



Chi-Square=60.75, df=37, P-value=0.00822, RMSEA=0.046

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، NNFI و CFI نیز همگی بالاتر از 9/0 بوده و نشان می دهد مدل عاملی موجود در بین تمام راه حل های ممکن ساختار مناسبی را تخمین زده است. مقدار GFI نیز بالای 85/0 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	1/64	.028	.99	.99	.99	.96	.046

نتایج و پیشنهادات

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 کارآفرینانه 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 از پیشنهادهای 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 تکنولوژیکی 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 را تشویق 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 of management proceedings, (6 p). [In EBSCOHost : Academic search premier, Full display: <http://www-sa.ebsco.com>] [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.