

سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم

مهدی رحمانیان کوشکی^۱، عنایت عباسی^۲

چکیده: تحقیق حاضر با هدف بررسی سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان در مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم انجام گرفته است. تحقیق از نوع توصیفی - همبستگی است و به روش پیمایشی انجام شد. جامعه آماری ۱۰۲ کارشناس ستادی مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم بودند که با استفاده از روش سرشماری مطالعه شدند. در نهایت ۹۲ پرسشنامه جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای بود که روایی آن با کسب نظرهای استادان گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس و کارشناسان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم به دست آمد. مقدار ضریب پایایی پرسشنامه پس از انجام پیش‌آزمون بین ۰/۷۱ تا ۰/۸۹ به دست آمد. نتایج حاصل از همبستگی بین متغیرها، ارتباط مثبت و معناداری را بین متغیر رفتار کارآفرینانه کارکنان با متغیرهای دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی نشان داد. بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون سه متغیر دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی در مجموع قادرند حدود ۴۸ درصد تغییرات در متغیر وابسته رفتار کارآفرینانه کارکنان را تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی: دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی، رفتار کارآفرینانه، شهرستان جهرم، هوش هیجانی.

۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه علوم و تحقیقات، تهران، ایران

۲. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۱۱/۱۸

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۲/۰۳/۰۴

نویسنده مسئول مقاله: مهدی رحمانیان کوشکی

E-mail: rahmanian.mahdi@gmail.com

مقدمه

بخش دولتی و نظام اداری یک کشور از بسترهای اصلی رشد و توسعه و از ابزارهای بنیادین اجرای فعالیت‌ها و وظایف دولت‌ها محسوب می‌شوند (حق‌شناس و همکاران، ۱۳۸۶). ناکارآمدی این بخش، مشکلات متعددی را برای جامعه به همراه خواهد داشت. از جمله این مشکلات بروکراسی‌های عریض و طویل در سازمان‌های دولتی، فرایندهای کاری تکه‌تکه شده و ناهماهنگ، برخی قوانین متناقض و دست و پاگیر، ناهماهنگی میان خواست مدیران و کارکنان و حتی فقدان فرهنگ کاری مناسب در سازمان‌های دولتی است. این موارد از جمله عواملی به شمار می‌آیند که لزوم بازنگری اصولی و بنیادی در شرایط موجود را بیش از پیش نمایان می‌سازد (فتحی و همکاران، ۱۳۹۰). روند کلی در سازمان‌های دولتی ایران مؤید این مطلب است که وضعیت حاکم در این سازمان‌ها، سنتی و غیرکارآفرینانه است.

به نظر می‌رسد از مهم‌ترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های دولتی ایران، فقدان نوآوری و کارآفرینی درون‌سازمانی^۱ است. لذا، جهت فایق آمدن بر این مشکلات و تحقق کارآفرینی درون‌سازمانی سازمان‌های دولتی باید متحول شوند و از بروکراسی پرهیز کنند. این امر تنها از طریق تشویق و ترغیب کارکنان، به رفتارهایی از قبیل نوآوری، مشارکت، سازماندهی وظایف روزانه و تجاری کردن محصولات و خدمات جدید در سازمان محقق خواهد شد (زامپیتاکیس و همکاران، ۲۰۰۹). به بیان دیگر، امروزه، اصطلاح کارآفرینی درون‌سازمانی در مباحث بخش دولتی وارد شده که عمدتاً ناشی از اهمیت نقش دولت در جوامع و تلاش برای ایجاد تحول در سازمان‌های دولتی و بهبود عملکرد آن‌هاست. از این رو، سازمان‌ها برای مؤثر بودن، نیاز به افراد آینده‌نگر دارند که بدانند چه کارهایی باید انجام شود تا بتوانند به راحتی با کسانی که گوش به زنگ تحولات اند ارتباط برقرار کرده و خود و سازمانشان را برای رویارویی با چالش‌های فردا آماده کنند.

بر این اساس، کلیدی‌ترین جزء فرایند کارآفرینی درون‌سازمانی کارکنان اند. به سخن دیگر، کارکنانی که درون سازمان‌های بزرگ، پیچیده و تثبیت‌شده روحیه کارآفرینی داشته باشند، کارآفرینان درون‌سازمانی نامیده می‌شوند (برت، ۲۰۰۶). به گونه‌ای که مطالعات گوناگون مؤید این مطلب است که ۲۷ درصد نوآوری‌های سازمان ایالات متحده آمریکا و ۳۹ درصد کشورهای پیشرفته اقتصادی مربوط به کارکنان خلاق در این کشورها گزارش شده است (بارینس، ۲۰۰۲). در نتیجه، یکی از نیازهای فراگیر و ضروری تمام سازمان‌ها (اعم از دولتی، خصوصی، داوطلبانه و

جزآن) و با هر اندازه (بزرگ، متوسط و کوچک)، رفتار کارآفرینی^۱ در سازمان است. رفتار کارآفرینی در سازمان، در بردارنده مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و روش‌هایی است که به کمک آن افراد در سطوح مختلف سازمان، اقدام به تولید و استفاده از منابع برای شناسایی و پیگیری فرصت‌ها می‌کنند (مایر، ۲۰۰۵). بدین منظور، برای سازمان‌ها حیاتی است که از رفتار کارآفرینانه در طول سلسله‌مراتب سازمانی حمایت کنند تا عملکردهای سازمانی توسعه و مزیت رقابتی افزایش یابد.

از میان بخش‌های مختلف مؤثر در توسعه کشور، بخش کشاورزی رسالت‌های متعددی از جمله تولید غذا، توسعه صادرات غیرنفتی، ایجاد اشتغال، همچنین ایجاد سازوکارهای مناسب برای رشد بهره‌وری عوامل تولید و ارتقای سطح درآمد و زندگی روستاییان و کشاورزان را بر عهده دارد. این در حالی است که جهت رسیدن به این اهداف، نهادهای متولی از جمله وزارت جهاد کشاورزی و به نوبه آن مدیریت‌های جهاد کشاورزی در سرتاسر کشور این اطمینان را داده‌اند که از هر کوششی برای اعمال انواع حمایت از کشاورزان و روستاییان دریغ نورزند. تحقق این امر قبل از هر چیزی نیازمند کارکنان خلاق، نوآور و کارآفرین در ارگان‌های مرتبط با امور کشاورزی است. در این راستا، شناسایی سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان در این سازمان‌ها اهمیت دارد.

با توجه به آنچه گفته شد، این مطالعه با هدف کلی بررسی سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان در مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم انجام پذیرفته است، تا ضمن بررسی سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان، اقدامات لازم در جهت ترغیب کارکنان به رفتار کارآفرینی در مدیریت این شهرستان صورت پذیرد.

پیشینه پژوهش

امروزه، تعداد سازمان‌هایی که به دنبال بهبود رفتار کارآفرینانه کارکنان خودند، رو به افزایش است (ویکی و همکاران، ۲۰۱۰). دو جریان اصلی تحقیقاتی در مورد عوامل ترغیب‌کننده یا محدودکننده کارآفرینی درون‌سازمانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان وجود دارد (هورنسی و همکاران، ۲۰۰۲). جریان نخست، بر سازمان (عوامل زمینه‌ای) و جریان دوم بر افراد (عوامل فردی) تمرکز دارد. متون پژوهش، نمایانگر آن است که اکثر مطالعات کارآفرینی درون‌سازمانی، در وهله نخست به بررسی عوامل سازمانی مرتبط با رفتار کارآفرینی پرداخته و به طور عمده، تعاملات میان افراد را نادیده گرفته‌اند (زامپیتاکیس و موستاکیس، ۲۰۰۷). از این‌رو، در این

مطالعه، گذشته از تمرکز بر عوامل سازمانی، به بررسی عوامل فردی و تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان پرداخته‌ایم. نگاهی به متون مرتبط با رفتار کارآفرینانه کارکنان حاکی از آن است که عوامل مختلفی از قبیل دریافت حمایت سازمانی^۱، رفتار شبکه‌سازی^۲ و هوش هیجانی^۳ بر رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان مؤثرند (زامپیتاکیس و موستاکیس، ۲۰۰۷؛ زامپیتاکیس و همکاران، ۲۰۰۹؛ وولف و همکاران، ۲۰۱۱). در ادامه، به این عوامل و عناصر می‌پردازیم.

الف) رفتار کارآفرینی

کشف و سنجش رفتار کارآفرینی کار دشواری است و عمدتاً رفتاری هدف‌مند در قبال رخدادی خاص تلقی می‌شود (یوتری، ۲۰۰۳). از نظر زهرا و دس (۲۰۰۱) کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه به مثابه استفاده نوآورانه از منابع برای بهره‌گیری از فرصت‌هاست. به بیان دیگر، این رفتارها کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور ایجاد کالا و خدمات در سازمان تعریف می‌شود (شین و ونکاتارامان، ۲۰۰۰). الگوهای متنوعی برای سنجش نیت و رفتار کارآفرینانه ارائه شده است. از جمله این الگوها می‌توان به الگوی رویداد کارآفرینی شاپیرو و سکل (۱۹۸۲)، الگوی نیت کارآفرینانه بوید و زیکیس (۱۹۹۴) و الگوی کارآفرینانه ببرد (۱۹۹۸) اشاره کرد (رحمانیان کوشکی و همکاران، ۱۳۹۱).

از میان الگوهای ارائه شده، الگوی رفتار کارآفرینانه پیرس و همکاران (۱۹۹۷) از آنجا که به بررسی مؤلفه‌هایی از قبیل نگرش راهبردی، ایجاد محیط کاری پرانرژی و تغییرمداری در سازمان پرداخته است، اندازه‌گیری و تعیین میزان رفتار کارآفرینانه را میسر می‌سازد. بر این اساس، فرض ما از نخستین مؤلفه، یعنی نگرش راهبردی رفتار کارآفرینی در سازمان، آن است که کارشناسان ستادی با نگرش غیررسمی در خصوص کار در سازمان فعالیت می‌کنند و اغلب به این موضوع می‌پردازند که شرایط در آینده می‌تواند چگونه باشد و قصد دارند به کجا بروند. به بیان دیگر، این نگرش مبتنی بر این دیدگاه است که سازمان در حال حاضر به توان بالقوه خود نرسیده و نیازمند تغییر است.

جنبه دوم مقیاس، ایجاد محیط کاری پرانرژی است. این امر تأییدکننده یافته‌های لیتونن (۲۰۰۰) مبتنی بر این است که عناصر موقعیتی می‌توانند بر فعالیت و رفتار کارآفرینی افراد به سمت اقدامی مشخص تأثیرگذار باشد. استمرار به چنین رفتاری در سازمان، منجر به ایجاد گروه‌های کاری یکپارچه می‌گردد که عمدتاً در راستای اهداف مشترک سازمان فعالیت می‌کنند

-
1. Perceived Organizational Support (POS)
 2. Networking Behavior (NB)
 3. Emotional Intelligence (EI)

(پیرس و همکاران، ۱۹۹۷). در پایان، در جنبه سوم عموماً چنین تلقی می‌شود که کارکنان به اکتساب مهارت‌های جدید (به ویژه در زمینه فناوری اطلاعات) علاقه دارند و می‌خواهند نیاز به تغییر و افزایش خدمات دولتی را به ارباب رجوع افزایش دهند. لذا، این امر را نماد جنبه تغییرمداری رفتار کارآفرینی می‌نامیم (زامپیتاکیس و موستاکیس، ۲۰۰۷).

ب) دریافت حمایت سازمانی

بر پایه مطالعات انجام شده (اکلس و نیک، ۱۹۹۸؛ لیتون، ۲۰۰۰) عوامل مختلفی بر فعالیت و رفتار کارآفرینی کارکنان در سازمان تأثیر دارند. یکی از این عوامل، دریافت حمایت سازمانی است. مبنای نظریه حمایت سازمانی، نظریه تبادل اجتماعی است (لیتون، ۲۰۰۰). طبق نظریه تبادل اجتماعی، وقتی کسی در حق دیگری لطفی می‌کند، او خود را موظف می‌داند که لطف او را جبران نماید. محققان معتقدند بین کارکنان و سازمان چنین رابطه‌ای در جریان است، زیرا سازمان منبعی است که نیازهای کارکنان را برآورده می‌سازد (طالقانی و همکاران، ۱۳۸۸).

بر اساس نظریه دریافت حمایت سازمانی (رودس و ایزنبرگر، ۲۰۰۲) کارکنان به سازمان شخصیت می‌دهند و با آن رابطه تبادلی ایجاد می‌کنند که قدرت و تأثیر آن بر واکنش‌های رفتاری و نظری آنان متفاوت است. به بیان دیگر، حمایت سازمانی دریافت شده از سوی کارکنان شاخصی از نیت خیرخواهانه سازمان به کار گرفته می‌شود که در مقابل تلاش کارکنان برای پاداش و قدردانی ارائه می‌گردد (اسلاس و همکاران، ۲۰۰۸). وجود دریافت حمایت سازمانی به دلیل اینکه اندیشه‌ای حمایت‌کننده توسعه فردی و درون سازمانی را به وجود می‌آورد، می‌تواند اندیشه رفتار کارآفرینانه را در کارکنان تقویت نماید.

در مطالعات مختلفی ارتباط بین دریافت حمایت سازمانی با رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان بررسی شد. برای مثال، چیدری و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه خود ارتباط مثبت و معناداری را بین رفتار کارآفرینی کارکنان با متغیر دریافت حمایت سازمانی گزارش کردند. به علاوه، نشان دادند رابطه مثبتی بین دو متغیر دریافت حمایت سازمانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان با متغیر سابقه شغلی تعدیل می‌شود. همچنین، در تحقیق دیگری، دعایی و برجلی‌لو (۱۳۸۹) نشان دادند حمایت سازمانی دریافت شده با تعهد سازمانی کارکنان رابطه مثبت و با قصد و ترک خدمت کارکنان رابطه منفی و معناداری دارد.

تیم تحقیقاتی ریگل و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهشی فراتحلیلی نشان دادند دریافت حمایت سازمانی به شدت تعهد و مشارکت را در سازمان افزایش می‌دهد و باعث افزایش عملکرد بالای کارکنان در سازمان می‌گردد. زامپیتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) و آنتونسکیک (۲۰۰۷) دریافت

حمایت سازمانی را یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در بروز رفتار کارآفرینی کارکنان در سازمان بیان کردند. بر اساس مطالب بیان شده می‌توان فرضیه زیر را پیشنهاد داد:

فرضیه ۱ (H₁): بین دریافت حمایت سازمانی با رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

ج) رفتار شبکه‌سازی

شبکه‌های ارتباطی در نوآوری سازمان‌ها (زالی و همکاران، ۲۰۱۲) و ایجاد و حفظ ارتباطات غیررسمی کارکنان، مدیران و متخصصان با یکدیگر نقشی اساسی ایفا می‌کنند (فورت و دورتی، ۲۰۰۴). شبکه‌سازی را می‌توان نوعی سندروم^۱ رفتاری دانست که متشکل از یک رشته رفتارهای به هم مرتبط است و اشخاص به صورت پیوسته انجام می‌دهند (وولف و همکاران، ۲۰۱۱). شبکه‌سازی از مفهوم سرمایه اجتماعی^۲ متمایز است. شبکه‌سازی ساختار سطحی فردی است و بر رفتار فردی تمرکز می‌کند، حال آنکه مفهوم سرمایه اجتماعی به سطح ساختاری تجزیه و تحلیل اشاره می‌کند و بر کیفیت و حدود مجموعه روابط موجود متمرکز است. بر این اساس، رفتار شبکه‌سازی را می‌توان ایجاد، حفظ و استفاده از روابط برای تسهیل فعالیت‌های مرتبط با شغل و پیشه اشخاص و بیشینه کردن مزایای آن دانست (وولف و همکاران، ۲۰۰۶). سنجش میزان رفتار شبکه‌سازی به کمک این مفاهیم نشان می‌دهد که تا چه اندازه اشخاص به بحث و گفت‌وگو در موضوعات شغلی در خارج از ساعات کاری، استفاده از ارتباطات و شبکه‌ها برای مشورت در امور مختلف شغلی و معرفی خود به همکاران در کنفرانس‌ها و جلسات تمایل نشان می‌دهند.

در داخل و خارج از کشور در زمینه رفتار شبکه‌سازی، تحقیقات محدودی صورت گرفته است. در مطالعه‌ای، نقابی و همکاران (۱۳۹۱) به تبیین نقش رفتار شبکه‌سازی در رفتار کارآفرینانه در شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری پرداختند. با توجه به نتایج حاصل، بین رفتار شبکه‌سازی و رفتار کارآفرینانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، در تحقیق دیگری، مرادی و همکاران (۱۳۹۱) دریافتند بین مؤلفه‌های ارتباطی - اطلاعاتی و توسعه حرفه‌ای کارگزاران ترویج با کارآفرینی درون سازمانی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. در خصوص مطالعات خارج از کشور، ون دم و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند معلمانی که مهارت شبکه‌سازی بالایی دارند، هنگامی که حمایت کارآفرینانه قوی از آن‌ها وجود داشته باشد، رفتار کارآفرینانه بسیار بالاتری از خود بروز می‌دهند. همچنین، ولف و موزر (۲۰۰۶) رفتار شبکه‌سازی را سازه‌ای دو بعدی می‌دانند شامل شبکه‌سازی در داخل و شبکه‌سازی در خارج سازمان که هر بعد نیز

1. Syndrome

2. Social Capital

دارای سه شاخص ایجاد، حفظ و استفاده از ارتباطات عنوان شده است (وولف و موزر، ۲۰۰۶). با توجه به آنچه گفته شد، فرضیه دوم تحقیق به شکل زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۲ (H₂): بین رفتار شبکه‌سازی با رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

د) هوش هیجانی

هوش هیجانی بیانگر توانایی درک و مدیریت افراد در روابط انسانی است. متأسفانه، مرور متون موضوعی در این زمینه نشان می‌دهد که در تحقیقات گوناگون، بیشتر بر جنبه‌های شناختی عملکرد کارکنان (آنتونسیک، ۲۰۰۷) تأکید شده و تأثیر ابعاد هیجانی در مطالعات رفتار سازمانی به طور وسیعی نادیده گرفته شده است. لذا، شواهد تجربی کمی در رابطه با ابعاد هیجانی از جمله هوش هیجانی کارکنان و تأثیرگذاری آن بر نگرش و رفتارهای شغلی آن‌ها وجود دارد. نویدی که هوش هیجانی دارد این است که در حل حداقل یکی از مشکلات انسانی یعنی تعارض بین آنچه فرد احساس می‌کند و آنچه می‌اندیشد، ما را یاری کند. به بیان دیگر، هوش هیجانی یکی از مؤلفه‌های هوش کلی است که به زندگی شخصی و حرفه‌ای افراد کمک می‌کند. هوش هیجانی در بردارنده مؤلفه‌های ارزیابی خودادراکی^۱، ارزیابی احساسات دیگران^۲، استفاده از احساسات^۳ و تنظیم احساسات^۴ است.

ارزیابی خودادراکی، یعنی اینکه فرد، درک مناسبی از احساسات شخصی خود دارد؛ ارزیابی احساسات دیگران، یعنی اینکه فرد، احساسات و ادراکات در محیط اطراف خود را به خوبی می‌شناسد؛ استفاده از احساسات، یعنی اینکه فرد در شرایط مختلف، حاضر به به‌کارگیری عواطف و احساسات در محیط کاری خود است و تنظیم احساسات در بردارنده کنترل احساسات در شرایط زمانی مختلف جهت توسعه روابط با افراد است (وانگ و لوو، ۲۰۰۲). در مجموع، هوش هیجانی را می‌توان توانایی درک هیجان‌ها و عواطف به منظور دستیابی به ایجاد هیجان‌هایی عنوان کرد که ضمن کمک به تفکر بهتر، منجر به شناخت هیجان‌ها و عواطف نیز گردد (سلاسکی و کارترایت، ۲۰۰۳).

مطالعه چیدری و همکاران (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معناداری در سطح ۵ درصد بین خصلت هوش هیجانی با رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان جهاد کشاورزی استان

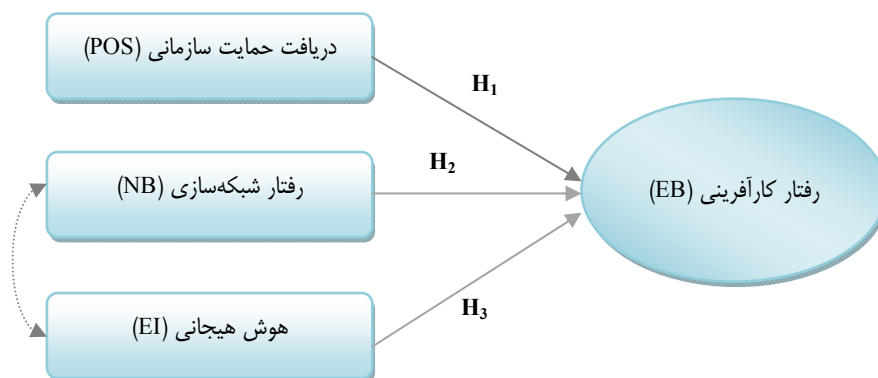
-
1. Self Emotion Appraisal (SEA)
 2. Others Emotion Appraisal (OEA)
 3. Utilization of Emotion (UOE)
 4. Regulation of Emotion (ROE)

فارس وجود دارد. همچنین، در پژوهش دیگری، رضائیان و گشته‌گر (۱۳۸۷) رابطه مثبت و معناداری را بین هوش هیجانی با تعهد سازمانی کارکنان نشان دادند.

مطالعه وانگ و لوو (۲۰۰۲) حاکی از آن است که خصیصه هوش هیجانی پوششی فراگیر از احساسات مربوط به خودادراکی است که مستقیماً به متغیرهای سازمانی از جمله رضایت و عملکرد شغلی مربوط می‌شود. در ضمن، پژوهش‌های دیگری مانند مطالعه زامپیتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) و هرمن و همکاران (۲۰۰۷) بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان تأکید کرده‌اند. با توجه به مباحث گفته شده، می‌توان فرضیه زیر را پیشنهاد داد:

فرضیه ۳ (H_۳): بین هوش هیجانی با رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در نهایت، بر اساس آنچه در متون موضوع و پیشینه پژوهش گفته شد، الگوی مفهومی تحقیق به صورت شکل ۱ ارائه می‌گردد.



شکل ۱. الگوی مفهومی تحقیق

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ میزان کنترل متغیرها غیرآزمایشی، به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ روش از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی بود که به صورت پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری این تحقیق را کارشناسان ستادی مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان چهارم تشکیل دادند (N=۱۰۲) که به روش سرشماری مطالعه شدند. در نهایت ۹۲ پرسشنامه با نرخ

برگشت پذیری ۹۰ درصد جمع آوری و تجزیه و تحلیل شد. برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها، پرسشنامه‌ای دربردارنده پنج قسمت رفتار کارآفرینی، دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی، هوش هیجانی و ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کارکنان استفاده شد. جهت سنجش رفتار کارآفرینی کارکنان، از شاخص شش سؤالی پیرس و همکاران (۱۹۹۷) استفاده شد که در بردارنده مؤلفه‌هایی از قبیل نگرش راهبردی، ایجاد محیط کاری پرنرژی و تغییرمداری بود. برای سنجش دریافت حمایت سازمانی از شاخص هشت سؤالی ایزنبرگر و همکاران (۱۹۸۶)، برای سنجش رفتار شبکه‌سازی کارکنان از شاخص یازده سؤالی ولف و موزر (۲۰۰۶)، همچنین برای سنجش هوش هیجانی از شاخص شانزده سؤالی ونگ و لاوو (۲۰۰۲) شامل چهار قسمت ارزیابی خودادراکی، ارزیابی احساسات دیگران، استفاده از احساسات و کاربرد احساسات استفاده شد. از بین تمامی متغیرهای اشاره شده، تنها متغیر رفتار شبکه‌سازی در قالب طیف لیکرت پنج قسمتی (از ۱: به ندرت تا ۵: بیشتر اوقات) سنجش شد، در حالی که مابقی متغیرها در قالب طیف لیکرت پنج سطحی (از ۱: کاملاً مخالفم تا ۵: کاملاً موافقم) سنجیده شد.

روایی محتوایی پرسشنامه با استفاده از پانلی از استادان دانشگاه تربیت مدرس و نظرها و پیشنهادهای تعدادی از کارشناسان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ قسمت‌های مختلف پرسشنامه بین ۰/۷۱ تا ۰/۸۹ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار تحقیق است (جدول ۱). جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار آماری اس. پی. اس. اس نسخه ۱۶ شده است. در بخش آمار توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، میانگین، واریانس و انحراف معیار به توصیف داده‌های پژوهش پرداختیم. در بخش آمار استنباطی نیز از ضریب همبستگی، رگرسیون چندمتغیره و آزمون مقایسه میانگین گروه‌ها استفاده شده است.

جدول ۱. تعداد گویه‌ها و میزان ضریب آلفای کرونباخ بخش‌های مختلف پرسشنامه

| بخش | تعداد گویه‌ها | آلفای کرونباخ |
|----------------------|---------------|---------------|
| رفتار کارآفرینی | ۶ | ۰/۷۱۴ |
| دریافت حمایت سازمانی | ۸ | ۰/۸۹۲ |
| رفتار شبکه‌سازی | ۱۱ | ۰/۷۵۵ |
| هوش هیجانی | ۱۶ | ۰/۷۳۸ |
| پرسشنامه به صورت کلی | ۴۱ | ۰/۷۷۵ |

یافته‌های پژوهش

ابتداء، با استفاده از آمار توصیفی، ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کارکنان مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان چهارم بررسی شد (جدول ۲).

جدول ۲. ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کارکنان (n=۹۲)

| متغیر | سطوح متغیر | فراوانی | درصد |
|----------------------|-----------------|---------|-------|
| سن (سال) † | ۳۵ سال و کمتر | ۲۶ | ۲۹/۳۵ |
| | ۳۶-۴۵ | ۳۸ | ۴۰/۳۲ |
| | ۴۶ سال و بیشتر | ۲۸ | ۳۰/۳۳ |
| سابقه شغلی (سال) † † | ۱۵ سال و بالاتر | ۶۱ | ۶۶/۳۰ |
| | زیر ۱۵ سال | ۳۱ | ۳۳/۷۰ |
| جنسیت | مرد | ۵۷ | ۶۱/۹۶ |
| | زن | ۳۵ | ۳۸/۰۴ |
| تحصیلات | زیر لیسانس | ۴۳ | ۴۶/۷۴ |
| | لیسانس و بالاتر | ۴۹ | ۵۳/۲۶ |

†: میانگین سن ۳۷/۱۶ سال با انحراف معیار ۸/۱۹

† †: میانگین سابقه شغلی ۱۵ سال با انحراف معیار ۸/۹۷

مطابق با یافته‌های به‌دست آمده از جدول ۲، سن بیش از یک‌سوم کارکنان بین ۳۶-۴۵ سال و میانگین سنی کارکنان ۳۷/۱۶ سال با انحراف معیار ۸/۱۹ سال بود. ۶۶/۳۰ درصد (۶۱ نفر) سابقه شغلی ۱۵ سال و بیشتر و ۳۳/۷۰ درصد (۳۱ نفر) سابقه شغلی زیر ۱۵ سال داشتند. توزیع فراوانی کارکنان بر اساس جنسیت نشان داد ۵۷ نفر (۶۱/۹۶ درصد) از پاسخگویان مرد و ۳۵ نفر (۳۸/۰۴ درصد) زن بودند. این امر حاکی از غالب بودن مردان در مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان چهارم است. همچنین، توزیع فراوانی کارکنان بر اساس مقطع تحصیلی (میزان تحصیلات) بیان‌کننده آن است که اکثر افراد شرکت‌کننده در این مطالعه (۴۹ نفر، ۵۳/۲۶ درصد) بالاتر از کارشناسی و مابقی (۴۳ نفر یا ۴۶/۷۴ درصد) پایین‌تر از کارشناسی بودند.

در ادامه، جهت بررسی ارتباط بین متغیرهای دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی با متغیر رفتار کارآفرینی کارکنان در مدیریت شهرستان چهارم از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج کسب شده از تحلیل همبستگی بین متغیر وابسته (رفتار کارآفرینی کارکنان) با متغیرهای مستقل مورد مطالعه، در جدول ۳ نشان داده شده است. بر اساس اطلاعات کسب‌شده بین متغیرهای دریافت حمایت سازمانی ($r=0/338$)، رفتار شبکه‌سازی ($r=0/281$) و هوش هیجانی ($r=0/279$) با رفتار کارآفرینانه کارکنان همبستگی مثبت و

معناداری وجود دارد. لذا، می‌توان چنین استنتاج کرد که هر چه نمره کارکنان و سازمان در متغیرهای مستقل معنادار (دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی) بیشتر باشد، میزان رفتار کارآفرینانه کارکنان نیز به همان اندازه بیشتر خواهد شد (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج ضریب همبستگی بین متغیرهای تحقیق

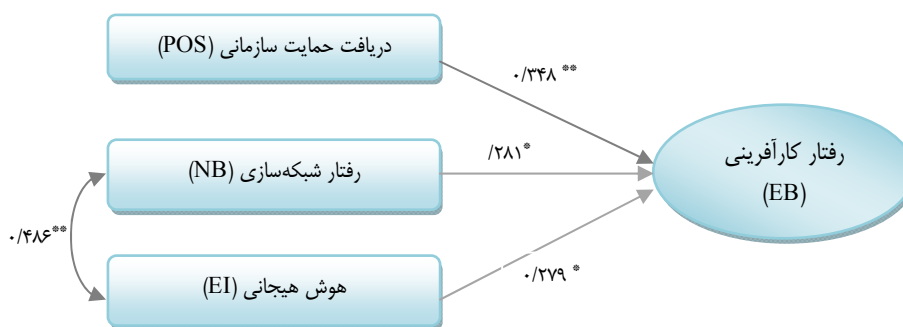
| متغیر | میانگین | انحراف معیار | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ |
|--------------------------|---------|--------------|---------|---------|--------|---|
| رفتار شبکه‌سازی † (۱) | ۳/۶۷ | ۰/۶۶ | ۱ | | | |
| دریافت حمایت سازمانی (۲) | ۳/۴۰ | ۱/۱۵ | ۰/۰۲۴ | ۱ | | |
| هوش هیجانی (۳) | ۴/۰۷ | ۱/۳۸ | ۰/۴۸۶** | ۰/۱۴۷ | ۱ | |
| رفتار کارآفرینانه (۴) | ۴/۲۳ | ۰/۵۹ | ۰/۲۸۱* | ۰/۳۴۸** | ۰/۲۷۹* | ۱ |

توجه: مقیاس تمام متغیرهای مستقل طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم)

†: مقیاس این متغیر بر حسب طیف لیکرت از ۱ (به ندرت) تا ۵ (بیشتر اوقات)

*: معناداری در سطح ۵ درصد **: معناداری در سطح ۱ درصد

لذا، به منظور جمع‌بندی یافته‌های پژوهش حاصل از تحلیل همبستگی، خلاصه نتایج به صورت شماتیک در شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۲. مدل تجربی تحقیق

جهت برآورد تأثیر جمعی متغیرهای مستقل معنادار حاصل از همبستگی، بر رفتار کارآفرینانه کارکنان از رگرسیون چندگانه به روش گام‌به‌گام^۱ بهره گرفته شد. مطابق با این روش، متغیری که بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته دارد، ابتدا وارد معادله می‌شود. این روند تا زمانی ادامه می‌یابد که هیچ متغیر مستقلی توانایی ورود به معادله رگرسیونی را نداشته باشد. در این فرایند،

1. Stepwise

سه متغیر تأثیرگذار بر میزان رفتار کارآفرینانه کارکنان در مدل رگرسیونی گام‌به‌گام وارد شده است. این سه متغیر در مجموع حدود ۴۸ درصد از تغییرات مربوط به بروز رفتار کارآفرینی کارکنان را تبیین می‌کنند. سایر تغییرات منوط به عواملی است که در این تحقیق مطالعه نشده‌اند. شایان ذکر است که مقدار عامل تورم واریانس^۱ که شدت هم‌خطی چندگانه را در تحلیل رگرسیون ارزیابی می‌نماید، در جدول ۴ برآورد شده است. به عنوان قاعده‌ای تجربی، هرچه مقدار این عامل از عدد ۲ بیشتر باشد، میزان هم‌خطی افزایش می‌یابد. بر اساس نتایج جدول ۴، عامل تورم واریانس متغیرهای مستقل کمتر از ۲ است. در نتیجه پدیده وجود هم‌خطی بین متغیرها، تهدیدی برای مدل رگرسیون نیست. با توجه به یافته‌های جدول ۴، معادله خطی حاصل از تحلیل رگرسیونی گام‌به‌گام به قرار رابطه ۱ است.

جدول ۴. مقدار تأثیر متغیرهای مستقل در رفتار کارآفرینی کارکنان

| متغیر | ضریب غیراستاندارد (B) شده | ضریب استاندارد شده (Beta) شده | t محاسبه شده | سطح معناداری | VIF محاسبه شده |
|----------------------------|---------------------------|-------------------------------|--------------|--------------|----------------|
| مقدار ثابت ^۲ | ۲/۳۶۱ | - | ۲/۴۷۱** | ۰/۰۰۵ | - |
| دریافت حمایت سازمانی | ۰/۸۷۳ | ۰/۳۴۷ | ۲/۳۱۷** | ۰/۰۰۷ | ۱/۱۳۶ |
| رفتار شبکه‌سازی | ۰/۵۶۱ | ۰/۳۳۳ | ۱/۹۸۱* | ۰/۰۲۶ | ۱/۰۳۷ |
| هوش هیجانی | ۰/۲۱۱ | ۰/۱۹۸ | ۱/۱۱۷* | ۰/۰۴۳ | ۱/۱۴۶ |
| R ² = ۰/۴۶۸ | | R ² = ۰/۴۷۹ | | R = ۰/۶۸۳ | |
| R ² adj = ۰/۴۶۸ | | Sig = ۰/۰۰۵ | | F = ۴۱/۳۳ | |

*: معناداری در سطح ۵ درصد

** : معناداری در سطح ۱ درصد

$$Y = 2/361 + 0/873X_1 + 0/561X_2 + 0/211X_3 \quad \text{رابطه ۱}$$

نمادهای متغیر این معادله عبارت‌اند از: Y: رفتار کارآفرینانه کارکنان، X_۱: دریافت حمایت سازمانی، X_۲: رفتار شبکه‌سازی، X_۳: هوش هیجانی.

در پایان، به منظور مقایسه رفتار کارآفرینانه کارکنان بر حسب جنسیت و میزان تحصیلات از آزمون t استفاده شد. چنانکه نتایج حاصل از آزمون در جدول ۵ نشان می‌دهد، بین رفتار کارآفرینانه زنان و مردان اختلاف معناداری (t=۳/۰۷۱، P=۰/۰۰۴) وجود دارد. مقایسه میانگین

1. Variance Inflation Factor (VIF)

2. Constant

رفتار کارآفرینانه کارکنان زن (میانگین ۴۱/۰۸) در قیاس با کارکنان مرد (میانگین ۴۰/۸۹)، بیانگر این است که زنان نسبت به مردان از علاقه و تمایل بیشتری جهت کسب رفتار کارآفرینانه در مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم برخوردار بودند. با توجه به بخش دیگری از نتایج مربوط به مقایسه میانگین گروه‌ها، بین کارکنان دارای تحصیلات دانشگاهی کارشناسی و بالاتر (میانگین ۴۲/۵۸) با تحصیلات دانشگاهی زیر کارشناسی (میانگین ۳۸/۱۹) در خصوص رفتار کارآفرینانه تفاوت معناداری ($t = -2/593, P = 0/023$) وجود دارد.

جدول ۵. مقایسه رفتار کارآفرینانه کارکنان بر حسب جنسیت و میزان تحصیلات

| متغیر | سطوح متغیر | فراوانی | میانگین | انحراف معیار | t محاسبه شده | سطح معناداری |
|---------|-------------------|---------|---------|--------------|--------------|--------------|
| جنسیت | مرد | ۵۷ | ۴۰/۸۹ | ۶/۱۰ | ۳/۷۰۱ | ۰/۰۰۴ ** |
| | زن | ۳۵ | ۴۱/۰۸ | ۶/۲۸ | | |
| تحصیلات | زیر کارشناسی | ۴۳ | ۳۸/۱۹ | ۵/۰۸ | | |
| | کارشناسی و بالاتر | ۴۹ | ۴۲/۵۸ | ۵/۸۴ | -۲/۵۹۳ | ۰/۰۲۳ * |

*: معناداری در سطح ۵ درصد

** : معناداری در سطح ۱ درصد

نتیجه گیری

همان‌طور که اشاره شد، هدف اصلی این پژوهش بررسی سازوکارهای تأثیرگذار بر رفتار کارآفرینانه کارکنان در مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان جهرم بود. یافته‌های به دست آمده از بررسی روابط موجود بین متغیرهای تحقیق، نکات مهمی را در راستای دستیابی به اهداف تحقیق نشان داد. بر اساس یافته‌ها، تمامی فرضیه‌ها مبنی بر ارتباط مثبت و معنادار رفتار کارآفرینانه کارکنان با دریافت حمایت سازمانی، رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی در گروه مورد مطالعه تأیید شد. مطابق با فرضیه اول، دریافت حمایت سازمانی با رفتار کارآفرینانه کارکنان در سطح ۱ درصد رابطه مثبت و معناداری داشت. به عبارت دیگر، هر اندازه کارکنان حمایت سازمانی بیشتری دریافت کنند، تمایل بیشتری برای بروز رفتار و بینش کارآفرینی در جهت سودرسانی به سازمان از خود نشان می‌دهند. این نتایج با مطالعات چیذری و همکاران (۱۳۹۲)، زامپیتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷)، آنتونسیک (۲۰۰۷)، زامپیتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) و ریگل و همکاران (۲۰۰۹) مطابقت و همخوانی دارد. مطابق با یافته‌های این محققان، دریافت حمایت سازمانی یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار پیرامون رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان است.

در خصوص رابطه مثبت و معنادار بین رفتار شبکه‌سازی و رفتار کارآفرینانه کارکنان، شایان ذکر است که هر اندازه سازمان به ایجاد، حفظ و استفاده از روابط بین کارکنان با یکدیگر در سازمان (روابط رسمی و غیررسمی) اهمیت دهد، به همان اندازه رفتار و عملکرد کارآفرینانه کارکنان نیز افزایش خواهد یافت. به بیان دیگر، هر چقدر مهارت اجتماعی و ارتباطی بین کارکنان افزایش یابد، این امر به نوبه خود بر رفتار کارآفرینانه کارکنان اثر مثبت خواهد گذاشت. این یافته با نتایج مطالعات نقابی و همکاران (۱۳۹۱)، مرادی و همکاران (۱۳۹۱)، ولف و موزر (۲۰۰۶) و ون دم و همکاران (۲۰۱۰) هم‌راستاست.

در آخرین فرضیه که مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان بود، نتایج حاکی از آن بود که کارکنانی که درک مناسبی از احساسات خود دارند، قادر به ارزیابی احساسات دیگران‌اند و می‌توانند احساسات و هیجانات خود را کنترل و در جای مناسب از آن استفاده کنند و رفتار کارآفرینانه بیشتری از خود بروز می‌دهند. این یافته، با یافته‌های چیدری و همکاران (۱۳۹۲)، ونگ و لاوو (۲۰۰۲)، هرمن و همکاران (۲۰۰۷) و زامپیتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) هم‌راستاست. در مطالعه دیگری، سلاسکی و کارت‌رایت (۲۰۰۳) شاهد افزایش اعجاب‌آور هوش هیجانی و کاهش عوامل مرتبط با استرس در نتیجه بروز رفتارهای کارآفرینانه در میان گروهی از مدیران انگلیسی بودند که آموزش‌های مربوط به هوش هیجانی را دریافت کرده بودند.

از جمله نکات جالب و به دست آمده در این مطالعه، وجود رابطه مثبت و معنادار بین رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی در سطح ۱ درصد است، که در الگوی مفهومی تحقیق با خطوط فاصله‌ای به یکدیگر وصل شده‌اند. این بدین معناست که کارکنان با افزایش مهارت ارتباطی و هوش هیجانی قادر خواهند بود مهارت شبکه‌سازی خود را افزایش دهند. در این راستا، این نکته اهمیت دارد که تقویت روابط کارکنان با یکدیگر در قالب گروه‌های رسمی و غیررسمی (رفتار شبکه‌سازی)، موجب افزایش احساسات و عواطف، همچنین بالارفتن تعلقات هیجانی در میان کارکنان می‌شود و این موضوع احساس خوبی درباره حضور افراد در سازمان به وجود می‌آورد. از این‌رو، ارتباطات تأثیر بسزایی در برقراری انسجام هیجانی بین کارکنان دارد و در نهایت، حس همیاری و تعاون را در آن‌ها قوی‌تر می‌کند. این یافته، با نتایج مطالعات فریس و همکاران (۲۰۰۵) همخوانی دارد.

در پایان، نتایج به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد میزان رفتار کارآفرینانه کارکنان زن به طور معناداری از کارکنان مرد بیشتر است. این یافته، با نتایج مطالعات نیلسن و همکاران (۲۰۰۰)، زامپیتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) و زامپیتاکیس و همکاران (۲۰۰۹)

مطابقت و با یافته‌های حاصل از مطالعات چیدری و همکاران (۱۳۹۲) مغایرت دارد. همچنین، بین کارکنان دارای تحصیلات دانشگاهی پایین و بالاتر از کارشناسی در خصوص رفتار کارآفرینانه تفاوت معناداری مشاهده شد. لذا، با توجه به اینکه میانگین رتبه‌ای کارکنان با تحصیلات دانشگاهی کارشناسی به بالا، بیشتر از کارکنان تحصیلاتی زیر کارشناسی است، به نظر می‌رسد که کارکنان با تحصیلات دانشگاهی بالاتر از کارشناسی بیشتر اهل تغییرمداری و نوآوری‌اند. این نتیجه با یافته مطالعات چیدری و همکاران (۱۳۹۲)، نیلسن و همکاران (۲۰۰۰)، زامپیتاکیس و موستاکیس (۲۰۰۷) و زامپیتاکیس و همکاران (۲۰۰۹) مطابقت و همخوانی دارد.

پیشنهادها

نتایج تحقیق نشان داد هر دو عامل زمینه‌ای (دریافت حمایت سازمانی) و فردی (رفتار شبکه‌سازی و هوش هیجانی) با رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان مرتبط‌اند. لذا، می‌توان به این نتیجه دست یافت که با بهبود اقدامات زمینه‌ای و فردی کارکنان رفتار کارآفرینانه آنان در سازمان ارتقا می‌یابد. بر اساس نتایج به دست آمده از بررسی فرضیه‌های تحقیق، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌گردد.

پیشنهاد مبتنی بر نتایج فرضیه فرعی اول (بین دریافت حمایت سازمانی با رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد). گفتگوی کارکنان با محقق در حین جمع‌آوری داده‌ها در جامعه مورد مطالعه، مؤید این مطلب بود که عدالت سازمانی بر حمایت سازمانی ادراک شده تأثیرگذار است. لذا، به مدیران در سطوح و رده‌های مختلف پیشنهاد می‌گردد با بازنگری و بهبود نحوه توزیع منابع انسانی (عدالت توزیعی) به ویژه در حقوق و مزایا، پاداش‌های سازمانی و پشتیبانی از ایده‌های نو و خلاق در سازمان برای بروز رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان، اقدامات لازم را به عمل آورند.

پیشنهاد مبتنی بر نتایج فرضیه فرعی دوم (بین رفتار شبکه‌سازی با رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد). در این زمینه به مدیران قسمت‌های مختلف سازمان پیشنهاد می‌گردد از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب نسبت به بهبود مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی و توان‌مندی‌های رفتار شبکه‌سازی در کارکنان به طریقی اقدام نمایند که منجر به بروز رفتارها و فعالیت‌های کارآفرینانه در سازمان گردد.

پیشنهاد مبتنی بر نتایج فرضیه فرعی سوم (بین هوش هیجانی و رفتار کارآفرینانه کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد). در خصوص افزایش خصلت هوش هیجانی در کارکنان، پیشنهاد می‌گردد مدیریت با اتخاذ خط‌مشی‌هایی از قبیل تشکیل گروه‌های رقابتی سالم با افزایش هوش هیجانی، حساسیت بین فردی و کمک به شناسایی احساسات کارکنان نسبت به

یکدیگر در سازمان، توانایی بروز نوآوری و خلاقیت کارکنان را ارتقا بخشند. در این فرایند، توجه به ویژگی‌های انفرادی افراد ضروری است.

سیاسگزاری

مؤلفان از همکاری مدیریت محترم جهاد کشاورزی شهرستان جهرم آقای جلال بهجو، خانم مهندس فاطمه کشکوئی جهرمی، آقای سعید دائمی جهرمی و زهرا کشکوئی جهرمی که ما را در جهت جمع‌آوری داده‌های میدانی این پژوهش یاری دادند سپاسگزاری می‌نمایند.

منابع

- چیدری، م.؛ عباسی، ع. و رحمانیان کوشکی، م. (۱۳۹۲). ارتباط بین دریافت حمایت سازمانی و هوش هیجانی با رفتار کارآفرینی کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان فارس. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، ۴۴ (۱): ۶۵-۵۵.
- حق‌شناس، الف.؛ جمشیدیان، م.؛ شامی، ع.؛ شاهین، الف. و یزدان‌شناس، م. (۱۳۸۶). الگوی کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی ایران. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۲(۸): ۷۳-۳۱.
- دعایی، ح. و برجلی‌لو، ش. (۱۳۸۹). بررسی رابطه سازمانی ادراک شده با تعهد سازمانی و قصد ترک خدمت. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۳(۱): ۷۷-۶۳.
- رحمانیان کوشکی، م.؛ چیدری، م. و هواسی، ع. (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. *توسعه کارآفرینی*، ۴(۱۵): ۱۴۱-۱۲۵.
- رضائیان، ع. و کشته‌گر، ع. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین هوش هیجانی و تعهد سازمانی. *پیام مدیریت*، ۲۷(۱): ۳۹-۲۷.
- طالقانی، غ. ر.؛ دیواندری، ع. و شیرمحمدی، م. (۱۳۸۸). تأثیر حمایت ادراک شده از سوی سازمان بر تعهد کارکنان و عملکرد سازمانی: مطالعه‌ای در شعب بانک ملت شهر تهران. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۱۶(۱): ۲۵-۱.
- فتحی، س.، انصاری، م. س. و محمدی، م. (۱۳۹۰). طراحی الگوی پذیرش مجدد فرآیندهای کسب و کار در سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان. *نشریه مدیریت دولتی*، ۳(۸): ۱۵۰-۱۳۵.
- مرادی، ح.؛ بیژنی، م.؛ برادران، م.؛ شبانعلی‌فمی، ح. و آجیلی، ع. (۱۳۹۱). نقش مؤلفه‌های اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*، ۸(۱): ۱۱۲-۱۰۱.
- نقابی، س.؛ زعفریان، ر.؛ یوسفی، م. و رضوانی، م. (۱۳۹۱). تبیین نقش رابطه رفتار شبکه‌سازی در رفتار کارآفرینانه: مطالعه موردی شرکت‌های مسقر در پارک‌های علم و فناوری. *توسعه کارآفرینی*، ۴(۱۵): ۴۳-۲۵.

- Antoncic, B. (2007). Intrapreneurship: A comparative structural equation modeling study. *Industrial Management & Data Systems*, 107(3): 309-325.
- Auteri, M. (2003). The entrepreneurial establishment of a nonprofit organization. *Public Organization Review: A Global Journal*, 3(1): 171-89.
- Bart, C. (2006). Product strategy and formal structure in entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 7(4): 293-312.
- Borins, S. (2000). Loose cannons and rule breakers, or enterprising leaders? Some evidence about innovative public managers. *Public Administration Review*, 60: 498-507.
- Echols, A. E. & Neck, C. P. (1998). The impact of behaviors and structure on corporate entrepreneurial success. *Journal of Managerial Psychology*, 13(1/2): 38-46.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3): 500-507.
- Ferris, G., Treadway, D., Kolodinsky, R., Hochwarter, W., Kacmar, C., Douglas, C. & Dougkerty, T. (2005). Development and validation of the political skill inventory. *Journal of Management*, 31 (1): 126-152.
- Forret, M.L. & Dougherty, T.W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: Differences for men and women? *Journal of Organizational Behavior*, 25: 419-437.
- Hermann, F., Manferd, L. & Christian, K. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(3): 227-251.
- Hornsby, J.S., Kuratko, D.F. & Zahra, S. A. (2002). Middle managers perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17(1): 253-273.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 6(6): 295-309.
- Mair, J. (2005). Entrepreneurial behavior in a large traditional firm: Exploring key drivers. *Corporate entrepreneurship and venturing*, Ed. T. Elfring, Springer: US.
- Nelissen, N., Denhardt, R.B. and Lako, C.J. (2000). The pursuit of significance: a survey among top managers of public administration in The Netherlands. *Public Management*, 2(2): 219-38.
- Pearce, J.A., Kramer, T.R. & Robbins, K.D. (1997). Effects of managers' entrepreneurial behavior on subordinates. *Journal of Business Venturing*, 12: 147-160.

- Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: Are view of the literature. *Journal of Applied psychology*, 87(4): 698-774.
- Riggle, R.J., Edmondson, D.R., & Hansen, J.D. (2009). A Meta analysis of the relationship between perceived organizational support and job outcomes: 20 years of research. *Journal of Business Research*, 62(10): 1027-1030.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1): 217-228.
- Slaski, M. & Cartwright, S. (2003). Emotional intelligence training and its implications for health, stress, and performance. *Stress and Health*, 19: 233-239.
- Sluss, D.M., Kilmchak, M. & Holmes, J.J. (2008). Perceived organizational support as a mediator between relational exchange and organizational identification. *Journal of Vocational Behavior*, 73(3): 457-64.
- Van Dam, K., Schipper, M. & Runhaar, P. (2010). Developing a competency-based framework for teachers' entrepreneurial behavior. *Teaching and Teacher Education*, 26(4): 965-71.
- Wakke, I., Elfring, T. & Monaghan, S. (2010). "Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors: The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and management Journal*, 6(1): 1-21.
- Wolff, H. & Moser, K. (2006). Development and validation of a networking scale. *Diagnostic- Gottingen*, 54(2): 161-180.
- Wolff, H.G., Schneider-Rahm, C.I. & Forret, M.L. (2011). Adaptation of a German Multidimensional Networking Scale into English. *European Journal of Psychological Assessment*, 27(4): 244-250.
- Wong, C., & Law, K. S. (2002). "The effect of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study". *The Leadership Quarterly*, 23, 243-274.
- Zahra, S. & Dess, G.G. (2001). Entrepreneurship as a field of research: Encouraging dialogue and debate. *Academy of Management Review*, 26(1): 8-20.
- Zali, M., Schott, T., Kordnaej, A. & Najafian, M. (2012). Entrepreneur's networks affecting innovation: Firm in Iran and Denmark. *African Journal of Business Management*, 6(17): 5737-43.
- Zampetakis, L. A. & Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behavior in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 13(1): 19-38.
- Zampetakis, L.A., Beldekos, P. & Moustakis, V. (2009). Day to-day entrepreneurship within organizations: The role of trait Emotional intelligence and perceived organizational support. *European Management Journal*, 27: 165-175.