

**Research Paper**

**Analysis of Organizational Entrepreneurship Components in Agricultural Jihad Training Centers**

*H. Rezghi Shirsavar<sup>1</sup>, M. Shaeri<sup>2</sup>*

Received: 21 January, 2022

Accepted: 20 February, 2023

**Abstract**

**Introduction**

Today's organizations are facing extensive national and international changes and threats. They operate in a complex environment and need to maintain their competitive position. In this regard, paying attention to performance improvement strategies is important for most organizations. Currently, many organizations pay attention to performance improvement strategies through the development of organizational entrepreneurship approach. This approach is defined as a capacity that people can act beyond the control of management in an organizational context to create spaces of creativity and solidarity and find new ways of doing work. Beyond the fact, organizational entrepreneurship can be seen as the originator of new risky businesses within the organization, which helps to modernize the organization in a wider area through the use of new combinations of resources.

The implementation of the entrepreneur system within an organization requires attention to the various dimensions of organizational entrepreneurship and the culture that governs that organization. In this regard, the components of organizational entrepreneurship have been examined from different perspectives and within different organizations. In one perspective, the components of organizational entrepreneurship include structural components (including organizational structure, strategies, reward system, research and development, and control), behavioral (content) components (organizational culture, leadership style, human resource training) and environmental (contextual) components. )

---

1 Corresponding Author and Assistant Professor of Department of Educational Management, Islamic Azad University, Garmsar Branch, Garmsar, Iran. ([h.rezghi@iau-garmsar.ac.ir](mailto:h.rezghi@iau-garmsar.ac.ir))

2. PhD of Educational Management, Islamic Azad University, West Tehran Branch, Tehran, Iran.

(relationship with clients, socio-cultural environment and administrative environment) In this regard, the dual view of organizational factors (structure, culture, management support, reward, communication and strategic control) and individual (attitude of managers towards entrepreneurship) is emphasized.

In general, the literature shows that the components of organizational entrepreneurship are different from the point of view of several factors such as organizational culture, the type and nature of organizational activity, the type and style of management (private or public) and the status of employees. Extensive studies in the field of identifying the components of entrepreneurship have mainly focused on government organizations and universities, and they have less considered the organizations in charge of the agricultural sector, which are different in terms of the nature of the activity. This is despite the fact that organizations in charge of the agricultural sector, such as Academic Jihad, are different from some educational centers such as universities in terms of their functional nature and work missions. In this way, the entrepreneurship components in these organizations are also different from each other. Therefore, the main question is, what are the entrepreneurship components that are appropriate for organizations in charge of the agricultural sector, including the Academic Jihad of the agricultural sector? In addition, most of the previous studies have been conducted quantitatively and few of them have used qualitative approaches; Meanwhile, the need for a more comprehensive study is felt to combine these two approaches in order to identify the components of organizational entrepreneurship more deeply. Therefore, in response to the aforementioned research gap and in order to gain a deeper understanding of the components of organizational entrepreneurship, this study, focusing on Agricultural Jihad training centers, takes help from a mixed research approach. The results of this research can be important in the development of individual and organizational entrepreneurship in the agricultural sector.

### **Materials and Methods**

The present study is based on a mixed paradigm (qualitative-quantitative). At first, the qualitative phase of the research was carried out based on thematic analysis method. Thematic analysis is a process for analyzing textual data through which diverse and scattered data are transformed into rich and detailed data. In this research, three steps include (1) collecting and reviewing textual data, (2) picking up and understanding irrelevant information and (3) coding and data analysis were noted. MAXQDA software was used for qualitative data analysis. To ensure the correctness of the coding, an external evaluator (one of the researchers familiar with the field of entrepreneurship and active in the agricultural sector) was asked to check the compatibility of the codes with the text and their corresponding categories. Also, in order to check the validity of the qualitative results, the quantitative phase of the research was considered in the form of a cross-sectional survey. The codes obtained from the qualitative phase (33 codes) were designed in the form of a closed-answer questionnaire based on a five-level Likert scale. The statistical population of this research included 270 faculty members of entrepreneurship and agriculture at Jihad Agriculture University, 154 of them were selected as a sample using the Karjesi-Morgan table and studied using simple random sampling. The t statistic was used to evaluate the factor loadings obtained in this model.

The validity and reliability of the constructs were also considered using Cronbach's alpha, average variance extracted and composite reliability.

### **Results and discussion**

In the qualitative phase of the research, the open coding process was started by reviewing the text of the interviews several times. In the first step, the coding process resulted in the emergence of 233 codes. These codes were summarized in the form of 33 more abstract concepts through continuous comparison and identification of hidden events among them. Finally, the summarized abstract concepts were classified into seven components based on semantic relationships. Research services with the number of references 35, refers to the set of services related to contracts that are concluded in order to conduct applied research. These contracts are usually done with universities, business and private sectors. The purpose of concluding such contracts is that Agricultural Jihad training centers align themselves with these fields in their organizational dimensions by gaining a deep understanding of the fields of entrepreneurship and its scientific dimensions. It should be noted that these researches are conducted with the aim of strengthening the practical foundations of the field of entrepreneurship. Based on the results, publishing services are also recognized as one of the important dimensions of organizational entrepreneurship with 39 references. In fact, one of the components of entrepreneurship in an entrepreneurial organization is that the relevant organization can publish content that familiarizes its users and beneficiaries with the fields of entrepreneurship and facilitates the creation of creativity and emergence of new ideas in their minds. It should be noted that in addition to the content of the publications, their number is also important in order to achieve entrepreneurial goals. The reason to this is that moving towards an entrepreneurial organization requires regular and accurate access of the employees of that organization to sufficient knowledge and information to foster creativity and new ideas. The results show that policymaking and planning with 31 references are other components of organizational entrepreneurship. This component oversees the issue that achieving an entrepreneurial organization in the studied centers requires a comprehensive look based on detailed planning in the fields related to the content of educational courses, financial and legal resources, content transfer methods and content continuity. Also, the results show that the financial and support component with 31 references is important in the field of organizational entrepreneurship. In fact, in addition to the need to attract financial resources from various actors such as the government and the private sector, supporting employees and stakeholders to move towards being creative is a necessity. These supports can be in the form of sharing successful experiences, providing expert advice and intellectual support. This issue can be considered as a component of providing consulting services.

### **Conclusions**

Based on the results of the research, research services are considered as a relatively important component regarding organizational entrepreneurship. Although at first glance, research services are considered as one of the inherent duties of organizations in charge of education; it should be kept in mind that the direction and content of researches can make research services at the service of organizational entrepreneurship as a requirement. The results of the research showed that policy making and planning are

necessary to some extent for an organization to enter the field of entrepreneurship. This means that the organization should have the ability to manage and determine its policies based on the organizational mission. The research results showed that the educational structure is considered as an important component in organizational entrepreneurship. The importance of structural components has been noted in various studies. In general, based on the results of the research, the following suggestions are made to strengthen the dimensions of organizational entrepreneurship in agricultural education centers: 1- Considering the importance of cultural and social components in the field of organizational entrepreneurship, it is necessary to improve individual and organizational culture in order to stimulate creativity and innovation at the organizational level. For this purpose, it is necessary to consider employee participation, creating a network of interactions and focusing on individual values. 2- It is suggested that the design of educational content evaluation charter as well as the performance of employees should be taken into consideration so that the requirements of strengthening organizational entrepreneurship can be predicted and realized more appropriately. The reason is that obtaining sufficient information about the performance of employees on the one hand and their feedback from the educational content on the other hand can determine the direction of the implementation of entrepreneurial components. 3- Providing financial and intellectual support to employees and stakeholders can stimulate organizational entrepreneurship. Financial support should be aimed at creative and new ideas in order to stimulate entrepreneurship at the organization level. Intellectual support should also be provided in the form of consulting services. 4- Adjusting the organizational structure and reducing bureaucracy and removing cumbersome rules is one of the important factors in the development of teamwork that can increase the level of participation and improve the network of interactions for gaining experience, sharing knowledge and forming cooperation networks. This issue also helps to improve the organizational culture.

**Keywords:** Components of Entrepreneurship, Entrepreneurship, Organizational Entrepreneurship, Education, Agricultural Jihad.

## روستا و توسعه

سال ۲۶، شماره ۱۰۳، پاییز ۱۴۰۲

### مقاله پژوهشی

## تحلیل مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی مراکز آموزش جهاد کشاورزی

هادی رزقی شیرسوار<sup>۱</sup>، مرگان شاعری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۱

### چکیده

مطالعه حاضر با هدف شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در مراکز آموزش جهاد کشاورزی با رویکردی آمیخته (کیفی - کمی) انجام شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها در مرحله کیفی از تکنیک مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۷ نفر از خبرگان حوزه‌های مدیریت آموزشی، کارآفرینی سازمانی و آموزش کشاورزی استفاده شد. داده‌ها با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی و تا نیل به اشباع نظری جمع‌آوری شدند. برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. برای تحلیل داده‌های کیفی از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌ها در فاز کمی از پرسش‌نامه‌ای استفاده شد که از تلخیص نتایج فاز کیفی تدوین شده بود. بر مبنای جدول کرجسی - مورگان، از میان ۲۷۰ نفر از اعضای هیأت علمی رشته‌های کارآفرینی و کشاورزی در مراکز آموزش جهاد کشاورزی، ۱۵۴ نفر به روش تصادفی مورد مطالعه قرار گرفتند. داده‌ها با استفاده از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار Smart pls تحلیل شدند. نتایج نشان داد که کارآفرینی سازمانی در مراکز مورد مطالعه مشتمل بر هفت بعد است که به ترتیب اهمیت عبارتند از مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی، مالی و پشتیبانی، خدمات پژوهشی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، ساختار

۱- نویسنده مسئول و استادیار گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد گرمسار، گرمسار، ایران.

(h.rezghi@iau-garmsra.ac.ir)

۲- دانش‌آموخته دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران غرب، تهران، ایران.

آموزشی، ارائه خدمات و خدمات نشر. بر اساس نتایج، توجه به ابعاد فرهنگی و اجتماعی، مالی و پشتیبانی و خدمات پژوهشی در یک مجموعه علمی - پژوهشی همچون مراکز آموزش جهاد کشاورزی از اهمیت بیشتری برخوردار است. به طور کلی، تمرکز بر ارتقاء فرهنگ سازمانی و حمایت فکری و مالی از کارکنان و ذی‌نفعان می‌تواند ارکان کارآفرینی سازمانی را تقویت نماید.

**کلید واژه‌ها:** مؤلفه‌های کارآفرینی، کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، آموزش، جهاد کشاورزی.

### مقدمه

سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده ملی و بین‌المللی مواجهند. آن‌ها در یک محیط پیچیده فعالیت می‌کنند و نیازمند حفظ جایگاه رقابتی خود هستند. در این راستا، توجه به راهبردهای بهبود عملکرد برای اغلب سازمان‌ها حائز اهمیت است. در حال حاضر، بسیاری از سازمان‌ها، راهبردهای بهبود عملکرد را از طریق توسعه رویکرد کارآفرینی سازمانی مورد توجه قرار می‌دهند (Mathushan et al., 2022). این رویکرد در قالب ظرفیتی تعریف می‌شود که افراد می‌توانند برای ایجاد فضاهای خلاقیت و همستگی و یافتن روش‌های جدید انجام کار، فراتر از کنترل مدیریت در یک بافت سازمانی رفتار کنند (Courpasson et al., 2016). در واقع، کارآفرینی سازمانی می‌تواند به‌عنوان موجد کسب و کارهای جدید مخاطره‌آمیز در درون سازمان نگریسته شود که از طریق استفاده از ترکیبات جدید منابع، در قلمرو وسیع‌تری به نوسازی سازمان کمک کند (Dickson, 2022).

کارآفرینی سازمانی بر مبنای جهت‌گیری‌های سازمانی دارای تعاریف متعددی است. کارآفرینی سازمانی شامل مجموعه تلاش‌هایی برای توسعه مزیت رقابتی سازمان از طریق نوآوری و تغییرات معنی‌دار و همچنین موازنه رقابت در یک صنعت است (Samadi Miarkalai et al., 2013). بر این اساس، کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور می‌رسند. کارآفرینی سازمانی در حیطه سازمانی عمل می‌کند و ساختارها و رویکردها و هنجارها، تکنولوژی‌ها، خدمات و محصولات فعلی سازمان را گسترش داده یا در مسیرهای جدید قرار می‌دهد. کارآفرینی سازمانی نه تنها به ایجاد سرمایه‌گذاری‌های تجاری جدید تأکید دارد، بلکه به سایر فعالیت‌ها و جهت‌گیری‌های نوآورانه از قبیل توسعه محصولات، خدمات، فناوری‌ها، فنون اجرایی و اداری، استراتژی‌ها، تفکرات و گرایشات رقابتی جدید نیز اشاره می‌کند (Calvo et al., 2019). نکته قابل توجه آن است که

کارآفرینی سازمانی را نباید مترادف با کارآفرینی فردی دانست. از جمله تفاوت‌های کارآفرینی فردی و سازمانی آن است که اقدامات کارآفرینی فردی «ایجاد» است؛ درحالی که کارآفرینی سازمانی اغلب متوجه «بازیابی» است و اقدامات بازیابی معمولاً در مواجهه با رکود درون سازمان‌های بزرگ صورت می‌گیرد. به طور کلی، کارآفرینی سازمانی می‌تواند با تمرکز بر افراد کارآفرین، رشد و نوآوری را در یک سازمان سنتی بهبود ببخشد (Asgharzadeh, 2013). در حقیقت، کارآفرینان در سازمان‌های کارآفرین نقش الگو را ایفا می‌کنند. بدین معنا که سازمان‌های کارآفرین دائماً در جستجوی افراد و واحدهایی هستند که کارها را بهتر و به صورت متفاوت از دیگر واحدها یا افراد انجام می‌دهند. این سازمان‌ها چنین افرادی را یافته و با مورد توجه قرار دادن آن‌ها، این پرسش‌ها را مطرح می‌کنند که «شما چه کار انجام داده‌اید که باعث موفقیت‌تان شده است؟ شما چه کاری انجام می‌دهید که دیگران انجام نمی‌دهند؟ و شما چه کاری انجام نمی‌دهید که دیگران انجام می‌دهند؟ این نحوه برخورد باعث می‌شود تا روح کارآفرینانه در سازمان زنده نگه داشته شود (Thornberry, 2003).

پیاده‌سازی نظام کارآفرین درون یک سازمان نیازمند توجه به ابعاد مختلف کارآفرینی سازمانی و نیز فرهنگ حاکم بر آن سازمان است. در این راستا، مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی از دیدگاه‌های مختلف و نیز در درون سازمان‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. در یک دیدگاه، مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی مشتمل بر مؤلفه‌های ساختاری (شامل ساختار سازمانی، راهبردها، نظام پاداش، تحقیق و توسعه، و کنترل)، مؤلفه‌های رفتاری یا محتوایی (شامل فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، آموزش منابع انسانی) و مؤلفه‌های محیطی یا زمینه‌ای (شامل ارتباط با ارباب رجوع، محیط اجتماعی - فرهنگی و محیط اداری) است (Mirzaei Ahranjani, 1999). در همین راستا، دوبینه (Duobienè, 2013) عوامل سازمانی (ساختار، فرهنگ، حمایت مدیریت، پاداش، ارتباطات و کنترل راهبردی) و فردی (نگرش مدیران نسبت به کارآفرینی) را مورد تأکید قرار داده است. حمایت مدیریت به ایجاد شرایط حمایتی کارآفرینانه اشاره دارد؛ ارزش‌ها و نقش‌هایی که امکانات مالی را فراهم می‌کنند و از ایده‌های کارکنان استقبال می‌نمایند. استقلال کاری و آزادی عمل نیز بدان معنی است که کارکنان در حوزه کاری خود، توانایی تصمیم‌گیری داشته باشند. یک ساختار پاداشی مناسب، افراد را برای ادامه فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب می‌نماید. دسترسی زمانی به معنی داشتن زمانی کافی که برای کار روی پروژه‌های کارآفرینانه مورد نیاز است. نهایتاً، مرزهای سازمانی اشاره به شرایط سازمانی دارد که کارکنان را برای انجام وظایف کاری خود فراتر از شرح وظایف محدودی که برای آن‌ها تعریف شده، ترغیب می‌نماید. لپیپز (Lippitz, 2007) نیز ابعاد سازمانی (حمایت مدیریت، فرهنگ،

ساختار، اختیار، پاداش و ارتباطات)، فردی (پیگیری فرصت‌ها، رفتار کارآفرینانه، ظرفیت و مهارها)، و راهبردی (ارزش‌ها، رفتار و ویژگی‌های رهبران راهبردی) و محیطی (پویایی و پیچیدگی) را از جمله ابعاد کارآفرینی برشمرده‌اند.

راترفولد کارآفرینی سازمانی را مشتمل بر سه بعد فرایندها، بستر سازمان و ویژگی‌های افراد می‌داند. فرایندها شامل راهبردهای رهبران در جهت افزایش رفتار کارآفرینانه است. بستر سازمان مشتمل بر موقعیت‌هایی است که نوسازی راهبردی را در جهت اشاعه کارآفرینی سازمانی تسهیل می‌کند و ویژگی‌های افراد شامل مهارت‌ها، توانایی‌ها و نگرش‌های کارکنان در جهت کارآفرینی است (Davari & Rezazadeh, 2015).

کارآفرینی همچنین از طریق محیط بیرونی ارتقاء می‌یابد. کاوین و اسلوین بر این باورند که محیط کارآفرینانه عبارت است از: ترکیب عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی و همچنین دسترسی به کمک و حمایت. جنیوالی و فوگل نیز چارچوبی از عوامل محیطی را که بر کارآفرینی اثرگذارند، در قالب پنج مورد بیان می‌کنند: خط مشی حکومت (دولت)، شرایط اقتصادی - اجتماعی، مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی، کمک‌های مالی و کمک‌های غیر مالی. خط‌مشی‌های دولتی شامل حذف موانع و کاستی‌های بازار و مقررات سخت‌گیرانه است که کارآفرینی را محدود می‌سازد. شرایط اقتصادی - اجتماعی به نگرش‌های مطلوب جامعه به کارآفرینی اشاره دارد. مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی اشاره به سطح مهارت‌های فنی و کسب و کاری دارد که کارآفرینان بالقوه دارا هستند. حمایت مالی بیان می‌کند که کارآفرینان باید برای شروع پروژه‌ها، تنوع‌سازی محصولات و خدمات و رشد و توسعه، پول لازم را در اختیار داشته باشند. حمایت غیر مالی نیز به شبکه‌هایی که موجودند، اشاره دارد (Alwaani, 2012). از نظر چپی و همکاران (Chebbi et al., 2020) ویژگی‌های فردی نیز می‌تواند تأثیر مهمی در ارتقاء کارآفرینی سازمانی داشته باشد. این ویژگی‌ها می‌تواند شامل نیاز به استقلال، مرکز کنترلی، میل به ریسک، تسلط و برتری، انرژی زیاد، پشتکار و انگیزه دستیابی به هدف باشد.

کارآفرینی سازمانی در ادبیات موضوع به طور وسیعی مورد مطالعه قرار گرفته و مؤلفه‌های مشابه و گاهی متفاوت از آن شناسایی شده است. تاپ و همکاران (Tope et al., 2022) در تحقیقی به بررسی ارزیابی کارآفرینی سازمانی در کنگلومراها در نیجریه پرداختند. بر اساس نتایج، متغیرها/عناصر کارآفرینی سازمانی به نوآوری/اختراع، ریسک‌پذیری و فعالیت حرفه‌ای طبقه‌بندی شدند. ماتوشان و کنگاتران (Mathushan et al., 2022) در تحقیقی به بررسی شیوه‌های مدیریت



منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط سریلانکا پرداختند. یافته‌ها نشان داد که از چهار شیوه مدیریت منابع انسانی، سه شیوه، یعنی جذب کارکنان، آموزش فنی، سیستم پاداش و مشوق تأثیر مثبتی بر کارآفرینی سازمانی دارند. ژانگ و همکاران (Zhang et al., 2022) به بررسی نقش استراتژی کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های دولتی پرداختند. این مطالعه با این استدلال که یک استراتژی کارآفرینی سازمانی می‌تواند نقش واسطه‌ای بررسی نشده بین ارتباط سیاسی و نوآوری سبز داشته باشد، موجب غنای ادبیات کارآفرینی سازمانی خواهد شد. بر اساس نتایج این پژوهش، سیاست‌گذاران می‌توانند از اثرات سرمایه‌گذاری کارآفرینی ارتباطات سیاسی برای تشویق نوآوری سبز شرکت‌های دولتی استفاده کنند. افزون بر ادبیات نظری در خصوص مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، مطالعات تجربی نیز در این زمینه انجام شده است. علایی (Alaei, 2014) در بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در ستاد مرکزی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان دادند که مؤلفه‌های ساختاری، رفتاری و محیطی بر کارآفرینی کارکنان اثرگذار هستند مشهودی محمودی و رزقی شیرسوار (Mashhadi Mahmoudi & Rezghi Shirsavar, 2016) در بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دریافتند که عوامل ساختاری دارای بیشترین وزن هستند و در جایگاه اول قرار دارند و به تبع آن عوامل محیطی و رفتاری به ترتیب در جایگاه دوم و سوم واقع شده‌اند. پیلوار و همکاران (Pilvar et al., 2019) در راستای شناسایی مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی سازمانی مبتنی بر مدیریت دانش در دانشگاه علوم پزشکی قزوین از رویکرد کیفی استفاده نمودند. آن‌ها دریافتند که مؤلفه‌های ساختاری، رفتاری و محتوایی به‌عنوان پیامدهای مدل توسعه کارآفرینی سازمانی بروز و ظهور می‌یابد. نصیری‌پور و همکاران (Nasiripour et al., 2012) در بررسی کارآفرینی سازمانی در بیمارستان‌های دولتی ایران بر مؤلفه‌های فردی تمرکز کرده و نشان دادند که این مؤلفه‌ها از نظر شخصیتی، شناختی و مهارتی حائز اهمیت هستند. اکبری و همکاران (Akbari et al., 2020) با بررسی مؤلفه‌های دانشگاه کارآفرین نشان دادند که این مؤلفه‌ها در پنج بعد کلی شامل استراتژی و مدیریت، ساختار و فرایندها، فرهنگ، نظام آموزشی، و شبکه تعاملات قرار می‌گیرند. مارول و همکاران (Mathew et al., 2007) در بررسی عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزه در افراد سازمان نشان دادند که این عوامل شامل حمایت مدیریتی، سیستم پاداش‌دهی، منابع سازمانی از جمله مالی و زمانی، ساختار سازمانی و ریسک‌پذیری هستند. افزون بر این عوامل، نوع کار و تناسب آن مؤلفه دیگری است که بر روی میزان کارآفرینی افراد سازمان تأثیر می‌گذارد. چن و همکاران (Chen et al., 2005) در بررسی یک نمونه از سازمان‌های دولتی چین نشان دادند که فرهنگ

سازمانی، راهبردهای سازمانی منعطف، حمایت مدیریت از کارآفرینان و مشارکت فعال کارکنان در تصمیم‌گیری‌های سازمانی نقش مهمی در کارآفرینی سازمانی دارند. فورست (Furst, 2005) عوامل سازمانی نظیر راهبردهای سازمانی، روحیه نوآوری در سازمان، منابع سازمان و فرهنگ سازمانی را در توسعه کارآفرینی سازمانی دخیل دانستند.

به طور کلی، ادبیات موضوع نشان می‌دهد که مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی از نقطه‌نظر عوامل متعدد نظیر فرهنگ سازمانی، نوع و ماهیت فعالیت سازمانی، نوع و سبک مدیریت (خصوصی یا دولتی) و وضعیت کارکنان متفاوت هستند. مطالعات گسترده در زمینه شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی به طور عمده بر سازمان‌های دولتی و دانشگاه‌ها متمرکز بوده‌اند و سازمان‌های متولی بخش کشاورزی را که به لحاظ ماهیت فعالیت متفاوت هستند کمتر مد نظر قرار داده‌اند (Akbari et al., 2020; Alaei, 2014; Chen et al., 2005; Furst, 2005; Mashhadi Mahmoudi & Rezghi Shirsavar, 2016; Mathew et al., 2007; Nasiripour et al., 2012; Pilvar et al., 2019). این در حالی است که سازمان‌های متولی بخش کشاورزی، نظیر جهاد دانشگاهی، از نظر ماهیت عملکردی و رسالت‌های کاری با برخی مراکز آموزشی نظیر دانشگاه‌ها متفاوت هستند. بدین ترتیب، مؤلفه‌های کارآفرینی در این سازمان‌ها نیز با یکدیگر متفاوت است. بنابراین، سؤال اصلی آن است که مؤلفه‌های کارآفرینی که متناسب سازمان‌های متولی بخش کشاورزی از جمله جهاد دانشگاهی بخش کشاورزی باشد، کدامند؟ علاوه بر این، اغلب مطالعات پیشین به روش کمی انجام شده‌اند و معدودی از آن‌ها نیز از رویکردهای کیفی بهره جسته‌اند؛ این در حالی است که نیاز به مطالعه جامع‌تری برای ترکیب این دو رویکرد در جهت شناسایی عمیق‌تر مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی احساس می‌شود. بنابراین، در پاسخ به شکاف تحقیقاتی مذکور و به منظور درک عمیق‌تر مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، این مطالعه با تمرکز بر مراکز آموزش جهاد کشاورزی از یک رویکرد آمیخته پژوهش کمک می‌گیرد. نتایج این تحقیق می‌تواند در زمینه توسعه کارآفرینی فردی و سازمانی بخش کشاورزی حائز اهمیت باشد.

### روش‌شناسی تحقیق

مطالعه حاضر بر مبنای پارادایم آمیخته (کیفی - کمی)<sup>۱</sup> هدایت شده است. در ابتدا، فاز کیفی پژوهش بر مبنای روش تحلیل مضمون اجرا شد. تحلیل مضمون فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی

---

1. mixed method (qualitative-quantitative)

است که از طریق آن داده‌های متنوع و پراکنده به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌شوند (Braun et al., 2006). در این پژوهش سه مرحله شامل (۱) جمع‌آوری و مرور داده‌های متنی، (۲) برداشت و درک مناسب از اطلاعات نامرتب و (۳) کدگذاری و تحلیل داده‌ها (Boyatzis, 1998) مورد توجه قرار گرفت. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. سؤالات مصاحبه‌ها عبارت بودند از: کارآفرینی سازمانی از نظر شما چه ابعادی دارد؟ در هریک از این ابعاد چه شاخص‌هایی مهم است؟ وضعیت این شاخص‌ها در مراکز جهاد دانشگاهی چگونه است؟ و اهمیت هریک از این شاخص‌ها چگونه است و روند اجرایی آن چه الزاماتی می‌طلبد؟. در این فاز از پژوهش مشارکت‌کنندگان مشتمل بر خبرگان حوزه مدیریت آموزشی، کارآفرینی سازمانی و آموزش کشاورزی بودند که با استفاده از رویکرد هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. اطلاعات مورد نیاز بر مبنای پروتکل مصاحبه تا نیل به اشباع نظری جمع‌آوری شد (طی ۱۷ مصاحبه). مصاحبه‌ها در طیف زمانی ۴۵ تا ۱۲۰ دقیقه انجام شدند. پس از پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها، اطلاعات نامرتب از طریق مرور مستمر متون حذف شد. در گام بعدی، داده‌ها طی دو گام کدگذاری باز و کدگذاری محوری (تشکیل مقولات) تحلیل شدند. در فرایند کدگذاری باز هر کلمه یا جمله که یک مفهوم واحد را در خصوص مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی به ذهن متبادر می‌نمود، در قالب یک برجسب مفهومی کدگذاری شد. در نهایت، کدهایی که بار معنایی مشابهی داشتند در قالب یک مقوله مستقل به‌عنوان یک مؤلفه کارآفرینی از کارآفرینی سازمانی در نظر گرفته شدند. در این گام ابتدا کدها به طور مداوم مقایسه شدند و سپس بر اساس میزان تشابه‌ها و تفاوت‌ها در طبقات مجزا قرار گرفتند (Asadi et al., 2018). برای تحلیل داده‌های کیفی از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شد. برای اطمینان از صحت کدگذاری از یک ارزیاب بیرونی (یکی از محققان آشنا با حوزه کارآفرینی و فعال در بخش کشاورزی) برای بررسی تناسب کدها با متن و مقولات متناظر کمک گرفته شد. همچنین، به‌منظور بررسی روایی نتایج کیفی، فاز کمی تحقیق در قالب یک پیمایش مقطعی مورد توجه قرار گرفت. کدهای به دست آمده از فاز کیفی (۳۳ کد) در قالب یک پرسش‌نامه با سؤال‌های بسته که مبتنی بر طیف لیکرت پنج‌سطحی بود، طراحی شدند. جامعه آماری این پژوهش شامل ۲۷۰ نفر از اعضای هیأت علمی رشته‌های کارآفرینی و کشاورزی در مراکز آموزش جهاد کشاورزی بود که با استفاده از جدول کرجسی - مورگان، ۱۵۴ نفر از آنان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفتند. برای تحلیل داده‌ها از تکنیک مدل‌های مؤلفه سلسله‌مراتبی به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد. مؤلفه سطح بالا یک کلیت با انتزاع بالا (یعنی

مقولات) را نشان می‌دهد و مؤلفه سطح پایین، زیر ابعاد مربوط به کلیت سطح بالا (یعنی کدهای باز) را نمایش می‌دهند (Hair Jr et al., 2016). در این مطالعه با توجه به مفهوم سازه‌ها و نشانگرها از مدل انعکاسی - انعکاسی بهره گرفته شد. بدین معنا که جهت اثر از سازه به نشانگر است و برای سازه‌ها نیز از سازه سطح بالا به سازه‌های سطح پایین تر است. برای ارزیابی بارهای عاملی به دست آمده در این مدل از آماره t بهره گرفته شد. لازم به ذکر است که برای اعتباریابی مدل برآورد شده از شاخص برازش کلی (معیار GOF) به شرح زیر استفاده شد:

$$GOF = \sqrt{Avg(Communalities) \times R^2}$$

روایی و پایایی سازه‌ها نیز با استفاده از آلفای کرونباخ، متوسط واریانس استخراج شده و پایایی ترکیبی مورد توجه قرار گرفت.

## نتایج و بحث

### شناسایی و استخراج ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی

در مرحله کیفی پژوهش، فرایند کدگذاری باز با مرور چندین مرتبه‌ای متن مصاحبه‌ها آغاز شد. در گام اول، فرایند کدگذاری منتج به ظهور ۲۳۳ کد باز شد. این کدها از طریق مقایسه مداوم و شناسایی رویدادهای مستتر در بین آن‌ها، در قالب ۳۳ مفهوم انتزاعی تر تلخیص شدند. در نهایت، مفاهیم انتزاعی تلخیص شده بر مبنای روابط معنایی در قالب هفت مؤلفه طبقه‌بندی شدند. جدول ۱ جزئیات مربوط به تحلیل فاز کیفی را نشان می‌دهد.

خدمات پژوهشی با ۳۵ ارجاع، بیانگر مجموعه خدمات مرتبط با قراردادهایی است که به منظور انجام پژوهش‌های کاربردی منعقد می‌شود. این قراردادها به طور معمول با دانشگاه‌ها، بخش‌های کسب و کار و خصوصی انجام می‌شود. هدف از انعقاد چنین قراردادهایی آن است که مراکز آموزش جهاد کشاورزی از طریق حصول به شناخت عمیق از عرصه‌های کارآفرینی و ابعاد علمی آن، ابعاد سازمانی خود را با این عرصه‌ها منطبق نمایند. لازم به ذکر است که این پژوهش‌ها با هدف تقویت بنیان‌های کاربردی عرصه کارآفرینی انجام می‌شوند.

بر اساس نتایج، خدمات نشر نیز با ۳۹ ارجاع به‌عنوان یکی از ابعاد مهم کارآفرینی سازمانی شناخته شده است. در واقع، یکی از مؤلفه‌های کارآفرینی در یک سازمان کارآفرین آن است که سازمان مربوطه بتواند محتوایی را منتشر نماید که بهره‌برداران و ذی‌نفعان خود را با عرصه‌های

کارآفرینی مأنوس نماید و ایجاد خلاقیت و بروز ایده‌های نو در اذهان آنان را تسهیل نماید. لازم به ذکر است که علاوه بر محتوای نشریات، تعدد آن‌ها نیز در جهت حصول به اهداف کارآفرینی حائز اهمیت است. زیرا حرکت به سوی یک سازمان کارآفرین نیازمند دسترسی منظم و دقیق کارکنان آن سازمان به دانش و اطلاعات کافی برای پرورش خلاقیت و ایده‌های نو است.

نتایج نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی با ۳۱ ارجاع از دیگر مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی است. این مؤلفه ناظر بر این موضوع است که دستیابی به یک سازمان کارآفرین در مراکز مورد مطالعه مستلزم نگاه جامع و مبتنی بر برنامه‌ریزی دقیق در حوزه‌های مرتبط با محتوای دوره‌های آموزشی، منابع مالی و قانونی، روش‌های انتقال محتوا و پیوستگی بین محتوا است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که مؤلفه مالی و پشتیبانی با ۳۱ ارجاع در زمینه کارآفرینی سازمانی حائز اهمیت است. در واقع، علاوه بر لزوم جذب منابع مالی از کنشگران مختلف مانند دولت و بخش خصوصی، حمایت از کارکنان و ذی‌نفعان برای حرکت به سوی خلاق شدن یک ضرورت به شمار می‌رود. این حمایت‌ها می‌تواند در قالب تسهیم تجارب موفق، ارائه مشاوره‌های تخصصی و حمایت‌های فکری باشد. این موضوع می‌تواند در قالب مؤلفه ارائه خدمات مشاوره‌ای مورد توجه قرار گیرد.

**جدول ۱. مفاهیم و مقولات مرتبط با مؤلفه‌های کارآفرینی مراکز آموزش جهاد کشاورزی**

فرآوانی	مقولات	فرآوانی	مفاهیم
		۱۰	عقد قراردادهای پژوهشی عمومی (در سطح کلان جامعه)
۳۵	خدمات پژوهشی	۱۵	عقد قراردادهای پژوهشی با کسب‌وکارها
		۱۰	گسترده‌گی و تنوع قراردادهای پژوهشی
		۱۸	گستره انتشارات در سطح دانشگاه و سازمان‌های جهاد دانشگاهی
۳۹	خدمات نشر	۳	تنوع نشریات دانشگاهی
		۱۵	کاربردی بودن نشریات
		۳	منافع ناشی از نشریه‌ها برای کشاورزان و دانشجویان رشته‌های کشاورزی
		۶	ارائه مطالب مناسب و پیوستگی در ارائه مطالب به متخصصان کشاورزی (کشاورزان)
۳۱	سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی	۵	آشنایی با قوانین مالی و مدیریتی رایج در مدیریت کسب‌وکار
		۱۰	تناسب روش‌های آموزشی مورد استفاده با علائق و قابلیت‌های کشاورزان
		۵	تناسب بین محتوای دوره‌های کارآفرینی با نیازهای واقعی بازار کار
		۵	استفاده از روش‌های نوین آموزش درس کارآفرینی
		۵	استفاده از تجارب آموزشگران متخصص در زمینه کارآفرینی
		۴	حمایت از کارآفرینی از منظر کادر ارشد مراکز
		۴	تجهیزات و مواد آموزشی مورد نیاز برای تدریس درس کارآفرینی
۳۱	مالی و پشتیبانی	۴	استقبال از کارآفرینان موفق جهت تدریس برخی مهارت‌های کارآفرینانه
		۵	ایجاد واحدهای کارورزی در رشته‌های تحصیلی
		۴	جذب کمک‌های دولتی
		۳	جذب کمک‌های مالی برای حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویی
		۲	جذب کمک‌های مالی نهادهای مستقل
۲۵	ارائه خدمات (مشاوره‌ای)	۱۰	راهنمایی و مشاوره به کشاورزان در محیط مراکز (مراکز جهاد کشاورزی)
		۱۰	حمایت دولت از دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی
		۵	توجه به یادگیری مهارت‌های عملی
۲۵	ساختار آموزشی	۴	افزایش تعداد واحدهای درسی کارآفرینی در دانشگاه‌های کشاورزی
		۱۲	ارزیابی از دوره‌های آموزش کارآفرینی در مراکز آموزش کشاورزی
		۹	به حداقل رساندن بروکراسی (دیوان‌سالاری) در ساختار مرکز
		۱۰	ارزش قائل شدن مرکز به ایده‌های نو و خلاق
		۹	ارتباط نزدیک میان دانشگاه و بنگاه‌های کارآفرین (سازمان جهاد کشاورزی)
۴۷	فرهنگی و اجتماعی	۵	ارزش قائل شدن جامعه برای کارآفرینان
		۵	فرهنگ حمایت از نوآوری
		۵	فرهنگ پذیرش ایده‌های نو
		۷	فرهنگ درگیر شدن در کار
		۶	سیستم پاداش محرک کارآفرینی
۲۳۳	-	۲۳۳	<b>جمع</b>

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ارائه خدمات (مشاوره‌ای) با ۲۵ ارجاع در میان مؤلفه‌های کارآفرینی شناسایی شد. محور اصلی این‌گونه خدمات، یادگیری است. این سطح از یادگیری می‌بایست معطوف به تمامی کنشگران بخش کشاورزی اعم از کشاورزان، دانش‌آموختگان و کارشناسان باشد. زیرا تمامی این کنشگران در فرایند تولید محصولات کشاورزی سهیم هستند. لازم به ذکر است که یادگیری می‌بایست معطوف به مهارت‌های علمی باشد. بدین معنا که دانش فنی را در فرایند تولید تسهیم نماید. ساختار آموزشی به‌عنوان یکی دیگر از مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی با ۲۵ ارجاع مورد توجه قرار گرفته است. در واقع، مشارکت‌کنندگان بر این موضوع تأکید داشته‌اند که نه تنها آموزش برای کارآفرین شدن یک ضرورت به شمار می‌رود؛ بلکه ساختار آموزش نیز حائز اهمیت است. در یک دوره آموزشی کارآمد، تعدد واحدهای ارائه شده، کاهش بروکراسی و ارزشیابی آموزشی اهمیت بسزایی دارد. در نهایت، مؤلفه فرهنگی و اجتماعی با ۴۷ ارجاع ناظر بر این موضوع است که فرهنگ کارآفرین شدن در سطح جامعه به طور اعم و در سطح فردی (کارکنان و ذی‌نفعان) به طور اخص تسهیل‌کننده کارآفرینی سازمانی است. ایده نو و خلاقیت می‌بایست در سطح جامعه ارج نهاده شود تا انگیزه کافی برای پیشرفت را فراهم نماید. افزون بر این، ارج نهادن به نوآوری در سطح سازمان نیز از دیگر ابعاد فرهنگی است که به ایجاد انگیزه در کارآفرینی سازمانی کمک می‌کند. در این راستا، تلاش برای هم‌گرایی کنش‌های میان صنعت و دانشگاه و تلاش در جهت استقرار یک نظام پاداش‌دهی محرک و کارآمد حائز اهمیت است. زیرا این اقدامات منجر به تقویت فرهنگ نوآوری و کارآمدی تلاش‌های کارآفرینانه در سطح سازمان می‌شود.

### بررسی روایی مؤلفه‌های مرتبط با کارآفرینی سازمانی مستخرج از فاز کیفی

برای بررسی روایی مؤلفه‌های توضیح دهنده کارآفرینی سازمانی که از فاز کیفی به دست آمده‌اند از تحلیل کمی استفاده شد. در واقع، همان مؤلفه‌ها و مفاهیم مرتبط با آن‌ها که از فاز کیفی حاصل شده‌اند، در قالب مدل کمی در این بخش تحلیل شده است. به طور کلی، در این بخش نتایج مربوط به مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی مورد توجه قرار گرفته است. پیش از بررسی مدل سلسله‌مراتبی تبیین‌کننده مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی، روایی سازه‌ای با استفاده از آلفای کرونباخ و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بررسی شد و پایایی ترکیبی (CR) مد نظر قرار گرفت. نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که برای تمامی سازه‌های (مؤلفه‌های) مورد بررسی، مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷، AVE بالاتر از ۰/۵ و CR بالاتر از ۰/۶ است. بنابراین، می‌تواند دریافت که سازه‌های مورد بررسی از پایایی ترکیبی لازم برخوردار هستند.

جدول ۲. روایی همگرا و پایایی سازه‌های (مؤلفه‌های) مورد مطالعه

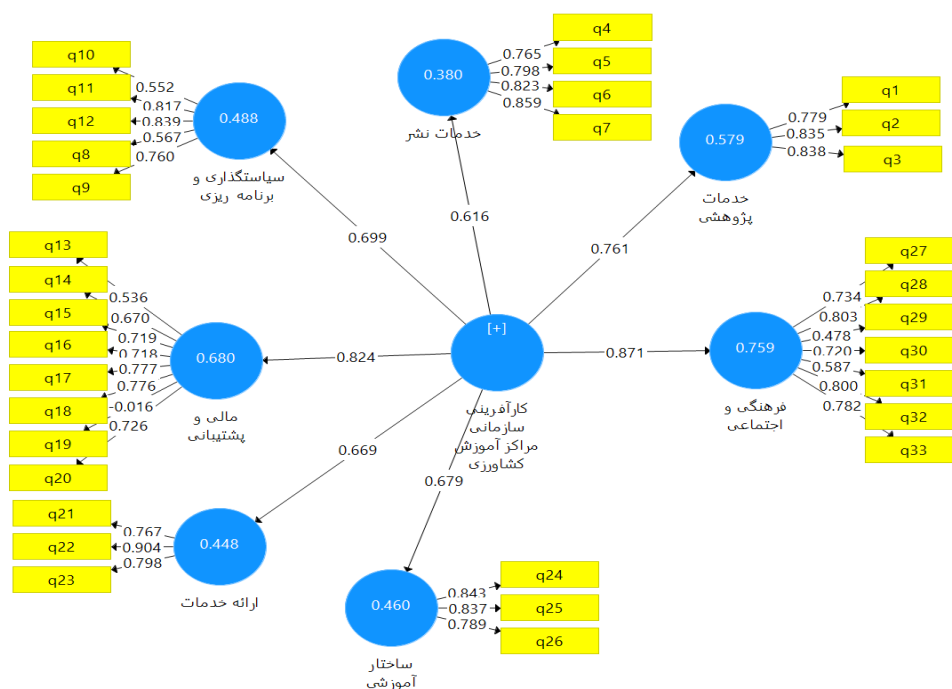
CR	AVE	آلفای کرونباخ	ابعاد کارآفرینی سازمانی
			خدمات پژوهشی
			خدمات نشر
			سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی
			مالی و پشتیبانی
			ارائه خدمات (مشاوره‌ای)
			ساختار آموزشی
			فرهنگی و اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مدل سلسله‌مراتبی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شکل ۱ ارائه شده است. این مدل دو سطح از روابط را نشان می‌دهد. در سطح اول که مؤلفه‌های سطح پایین نامیده می‌شوند، هر سازه (مؤلفه‌های شناسایی شده در فاز کیفی) با نشانگرهای متناظر خود (۳۳ نشانگر مورد سنجش در قالب پرسش‌نامه) در ارتباط است. برای نمونه سازه (مؤلفه) خدمات نشر با چهار نشانگر شامل «گستره انتشارات در سطح دانشگاه و سازمان‌های جهاد دانشگاهی»، «تنوع نشریات دانشگاهی»، «کاربردی بودن نشریات» و «منافع ناشی از نشریه‌ها برای کشاورزان و دانشجویان رشته‌های کشاورزی» شناسایی شده است که دارای بارهای عاملی (استاندارد شده) در طیف ۰/۷۶۵ تا ۰/۸۵۹ هستند. با توجه به اینکه مقادیر بارهای عاملی برای تمامی نشانگرهای بارگذاری شده بر این سازه از حد آستانه ۰/۵ بالاتر هستند می‌توان دریافت که نشانگرها با سازه متناظر خود دارای همبستگی کافی هستند. همچنین، سازه ارائه خدمات (مشاوره‌ای) با سه نشانگر «راهنمایی و مشاوره به کشاورزان در محیط مراکز جهاد کشاورزی»، «حمایت دولت از دانش‌آموختگان رشته‌های کشاورزی» و «توجه به یادگیری مهارت‌های عملی» مشخص شد که بارهای عاملی متناظر آن‌ها در بازه ۰/۷۶ تا ۰/۹۰ قرار دارد. بدین ترتیب می‌توان دریافت که نشانگرهای سه‌گانه مزبور با سازه خود دارای همبستگی کافی هستند. علاوه بر این، خدمات پژوهش با سه نشانگر «عقد قراردادهای پژوهشی عمومی (در سطح کلان جامعه)»، «عقد قراردادهای پژوهشی با کسب و کارها» و «گسترده‌گی و تنوع قراردادهای پژوهشی» تعیین شده است که دارای بارهای عاملی در بازه ۰/۷۷ تا ۰/۸۳ هستند. بدین معنا که نشانگرها با سازه متناظر خود دارای همبستگی کافی هستند. جزئیات مربوط به بارهای عاملی هر نشانگر بر سازه متناظر خود در شکل ۱ قابل مشاهده است.



در سطح دوم، ارتباط میان مؤلفه‌های هفت‌گانه با یک سازه سطح بالاتر سنجیده شده است. بارهای عاملی مربوط به این بخش از مدل نشانگر آن است که مؤلفه فرهنگی اجتماعی و نیز مؤلفه مالی و پشتیبانی با بارهای عاملی ۰/۸۷۱ و ۰/۸۲۴ به ترتیب دارای بالاترین همبستگی با سازه سطح بالا (یعنی کارآفرینی سازمانی) هستند. در مقابل، خدمات نشر با بار عاملی ۰/۶۱۶ دارای کمترین همبستگی با این عامل است. جزئیات مربوط به بارهای عاملی در شکل ۱ و جدول ۳ قابل مشاهده است.



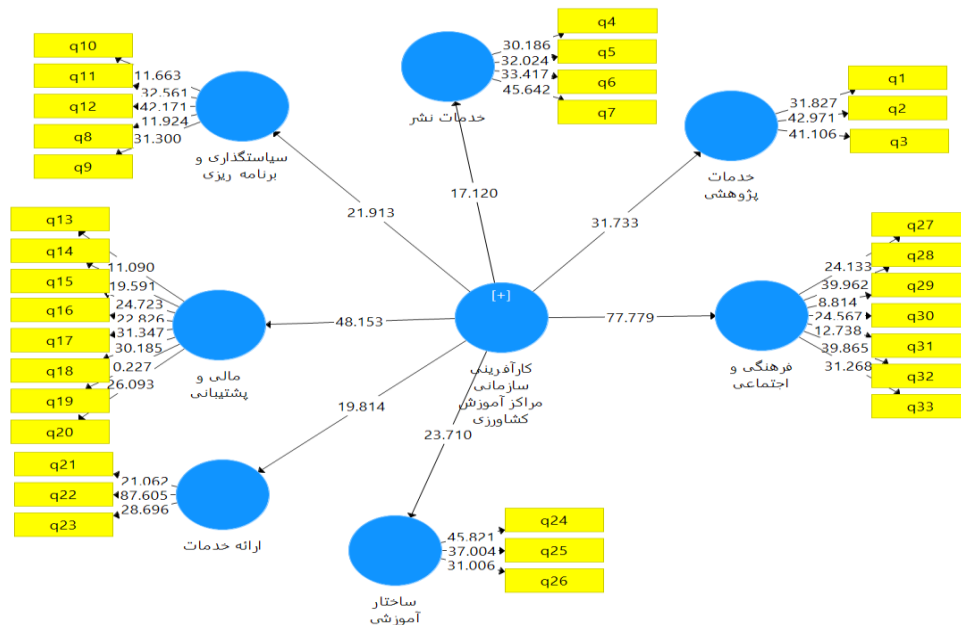
شکل ۱. مدل سلسله‌مراتبی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی (بارهای عاملی استاندارد شده)

برای بررسی سطح معنی‌داری بارهای عاملی ارائه شده در شکل ۱ از برآورد آماره  $t$  به روش بوت‌استرپینگ استفاده شد. همانند مقادیر بارهای عاملی، آماره  $t$  متناظر با آن‌ها نیز در دو سطح اول و دوم برای مدل مورد نظر برآورد شد. شکل ۲ نشان می‌دهد که بارهای عاملی برآورد شده دارای ارزش آماری هستند. جزئیات مربوط به مقادیر  $t$  برای تمامی سازه‌ها و نشانگرها در سطح اول و دوم در شکل ۲ و جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳. مقادیر بارهای عاملی و سطح معنی‌داری مؤلفه‌های سطح بالا در مدل سلسله‌مراتبی کارآفرینی سازمانی

آماره t	بار عاملی	ابعاد کارآفرینی سازمانی
۳۱/۷۳۳	۰/۷۶۱	خدمات پژوهشی
۱۷/۱۲۰	۰/۶۱۶	خدمات نشر
۲۱/۹۱۳	۰/۶۹۹	سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی
۴۸/۱۵۳	۰/۸۲۴	مالی و پشتیبانی
۱۹/۸۱۴	۰/۶۶۹	ارائه خدمات
۲۳/۷۱۰	۰/۶۷۹	ساختار آموزشی
۷۷/۷۷۹	۰/۸۷۱	فرهنگی و اجتماعی

مأخذ: یافته‌های پژوهش



شکل ۲. مدل سلسله‌مراتبی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی (مقادیر t بوت‌استرپینگ)

نتایج نشان می‌دهد که ابعاد فرهنگی و اجتماعی (۰/۸۷۱)، مالی و پشتیبانی (۰/۸۲۴)، خدمات پژوهشی (۰/۷۶۱)، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی (۰/۶۹۹)، ساختار آموزشی (۰/۶۷۹)، ارائه خدمات (۰/۶۶۹) و خدمات نشر (۰/۶۱۶) به ترتیب بیشترین همبستگی را با سازه کارآفرینی سازمانی مراکز

آموزش کشاورزی دارند. بدین ترتیب توجه به ابعاد فرهنگی و اجتماعی، مالی و پشتیبانی و خدمات پژوهشی در یک مجموعه علمی - پژوهشی همچون جهاد دانشگاهی حائز اهمیت است. بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان دریافت که ساختار آموزشی، ارائه خدمات و خدمات نشر از جمله مؤلفه‌هایی با همبستگی کمتر با سازه کارآفرینی سازمانی هستند و بنابراین، در یک ساختار علمی - پژوهشی (مانند جهاد دانشگاهی) که به طور ویژه بر ابعاد پژوهشی و آموزشی متمرکز است، از اهمیت کمتری برخوردار هستند.

برای اعتباریابی مدل برآورد شده از شاخص برازش کلی (معیار GOF) استفاده شد. با توجه به اینکه سه مقدار  $0/01$ ،  $0/25$  و  $0/36$  به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است، می‌توان شاخص برازش مدل ( $0/515$ ) را در حد قوی ارزیابی کرد.

$$GOF = \sqrt{0.490 \times 0.542} = \sqrt{0.26558} = 0.515$$

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تحولات عصر حاضر به همراه پیچیدگی‌های نهادی سبب شده تا مدیران و برنامه‌ریزان، کارآفرینی سازمانی را به‌عنوان یک رهیافت کارآمد در جهت مقابله با مسائل و مشکلات پیش روی سازمان‌ها مد نظر قرار دهند. مطالعات گسترده‌ای در خصوص کارآفرینی سازمانی، به‌ویژه مؤلفه‌های تشکیل دهنده آن انجام شده است (Akbari et al., 2020; Mashhadi Mahmoudi & Rezghi, 2016; Nasiripour et al., 2012; Pilvar et al., 2019). با این وجود، درک عمیق این مؤلفه‌ها در سازمان‌های بخش کشاورزی که ماهیتاً از نظر کارکرد و عملکرد با سایر بخش‌های نهادی جامعه متفاوت است، نیازمند مطالعه بیشتر و عمیق‌تری است. در این راستا، مطالعه حاضر با هدف شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی با تمرکز بر مراکز آموزش جهاد کشاورزی با رویکرد پژوهشی آمیخته انجام شد.

نتایج این مطالعه نشان داد که کارآفرینی سازمانی مراکز آموزش کشاورزی مورد مطالعه به ترتیب دارای هفت بعد کلی است که عبارتند از: (۱) فرهنگی و اجتماعی، (۲) مالی و پشتیبانی، (۳) خدمات پژوهشی، (۴) سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، (۵) ساختار آموزشی، (۶) ارائه خدمات و (۷) خدمات نشر.

ابعاد فرهنگی و اجتماعی (مشمول بر نشانگرهای ارزش قائل شدن مرکز به ایده‌های نو و خلاق، ارتباط نزدیک میان دانشگاه و بنگاه‌های کارآفرین (سازمان جهاد کشاورزی)، ارزش قائل شدن

جامعه برای کارآفرینان، فرهنگ حمایت از نوآوری، فرهنگ پذیرش ایده‌های نو، فرهنگ درگیر شدن در کار، و سیستم پاداش محرک کارآفرینی) بر این موضوع دلالت دارد که جامعه و ذی‌نفعان سازمان‌ها نه تنها می‌بایست کارآفرین شدن را ارج نهند و به‌عنوان یک ارزش والا تلقی کنند؛ بلکه می‌بایست به لحاظ فرهنگی در جهت دستیابی به ویژگی‌های آن اهتمام نمایند. در این خصوص اکبری و همکاران (Akbari et al., 2020)، فرهنگ را شاکله اصلی یک سازمان کارآفرین برشمرده‌اند و وجود آن را لازمه شمول یک سازمان در ساختار کارآفرینانه دانسته‌اند. فورست (Furst, 2005) نیز کارآفرینی سازمانی را در گرو وجود فرهنگ سازمانی پویا و کارآمد دانسته است.

نتایج پژوهش دلالت بر اهمیت مؤلفه مالی و پشتیبانی به‌عنوان یکی از ابعاد مهم کارآفرینی سازمانی دارد. سازمان کارآفرین می‌بایست قابلیت حمایت از کارکنان و ذی‌نفعان خود را به لحاظ مهارتی، تجربه‌اندوزی و مالی داشته باشد. بدین منظور می‌بایست شبکه تعاملات کارآمد برای تسهیم منابع به‌ویژه دانش، تجربه و منابع مالی فراهم شود (Ireland et al., 2009). اهمیت این شبکه تعاملات به‌قدری است که اکبری و همکاران (Akbari et al., 2020) آن را یک گام ضروری در جهت حصول به کارآفرینی سازمانی برشمرده‌اند. بدین معنا که رفتارهای جزیره‌ای و منفرد نمی‌تواند محرک کارآفرینی باشد.

بر اساس نتایج پژوهش، خدمات پژوهشی به‌عنوان مؤلفه نسبتاً مهم در خصوص کارآفرینی سازمانی مطرح است. اگرچه در نگاه اول خدمات پژوهشی به‌عنوان یکی از وظایف ذاتی سازمان‌های متولی آموزش و پرورش محسوب می‌شود؛ اما می‌بایست در نظر داشت که سمت و سو و محتوای پژوهش‌ها می‌تواند به‌عنوان یک الزام، خدمات پژوهشی را در خدمت کارآفرینی سازمانی قرار دهد. در واقع، همان‌گونه که میرزایی اهرنجانی (Mirzaei Ahranjani, 1999) وجود راهبردهای سازمانی را لازمه کارآفرینی می‌داند، پژوهش‌های کاربردی و کارآمد می‌تواند در جهت تعیین راهبردهای سازمانی راهگشا باشد.

نتایج پژوهش نشان داد که سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای ورود یک سازمان به عرصه کارآفرینی تا حدی ضروری است. بدین معنا که سازمان می‌بایست قابلیت مدیریت و تعیین خط‌مشی‌های خود را بر مبنای رسالت سازمانی داشته باشد. در یک سازمان می‌بایست جهت‌گیری‌های آتی به‌خوبی مشخص شود (Ireland et al., 2009) و مشارکت کارکنان برای تصمیم‌گیری در سطوح مختلف سازمان مورد توجه قرار گیرد.

نتایج پژوهش نشان داد که ساختار آموزشی به‌عنوان یک مؤلفه مهم در کارآفرینی سازمانی مطرح است. اهمیت مؤلفه‌های ساختاری در مطالعات مختلفی ( Alaei, 2014; Pilvar et al., 2019) مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، می‌بایست در نظر داشت که ساختار آموزشی، مقوله‌ای فراتر از ساختار سازمانی است و می‌تواند ساختار فعالیت‌ها و اقدامات سازمان را نیز شامل شود. همان گونه که اکبری و همکاران (Akbari et al., 2020) نیز اشاره کرده‌اند، ساختار و فرایندها یک مفهوم وسیع در عرصه کارآفرینی سازمانی است.

به طور کلی، بر مبنای نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر در جهت تقویت ابعاد کارآفرینی سازمانی در مراکز آموزش کشاورزی ارائه می‌شود:

۱. با توجه به اهمیت مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی در عرصه کارآفرینی سازمانی لازم است فرهنگ فردی و سازمانی در جهت تحریک خلاقیت و نوآوری در سطح سازمان ارتقاء یابد. بدین منظور ضروری است مشارکت‌دهی کارکنان، ایجاد شبکه تعاملات و تمرکز بر ارزش‌های فردی مد نظر قرار گیرد.

۲. پیشنهاد می‌شود طراحی منشور ارزشیابی محتوای آموزشی و نیز عملکرد کارکنان مورد توجه قرار گیرد تا از این طریق بتوان الزامات تقویت کارآفرینی سازمانی را به طور مناسب‌تری پیش‌بینی و محقق نمود. زیرا کسب اطلاعات کافی در خصوص عملکرد کارکنان از یک سو و بازخورد آن‌ها از محتوای آموزشی می‌تواند از سوی دیگر سمت و سوی پیاده‌سازی مؤلفه‌های کارآفرینی را مشخص نماید.

۳. ارائه پشتیبانی‌های مالی و فکری از کارکنان و ذی‌نفعان می‌تواند محرک کارآفرینی سازمانی باشد. حمایت‌های مالی می‌بایست معطوف به ایده‌های خلاقانه و نو باشد تا بتواند کارآفرینی را در سطح سازمان تحریک نماید. پشتیبانی‌های فکری نیز می‌بایست در قالب خدمات مشاوره‌ای صورت پذیرد.

۴. تعدیل ساختار سازمانی و کاهش دیوان‌سالاری و حذف قوانین دست‌وپاگیر یکی از عوامل مهم در توسعه کار تیمی است که می‌تواند سطح مشارکت را ارتقاء دهد و شبکه تعاملات را برای تجربه‌اندوزی، تسهیم دانش و شکل‌گیری شبکه‌های همکاری بهبود بخشد. این مسأله به ارتقاء فرهنگ سازمانی نیز کمک می‌کند.

لازم به ذکر است که این پژوهش با یک محدودیت عمده مواجه بود و لازم است در تفسیر نتایج به آن توجه شود. مشارکت‌کنندگان این مطالعه در گرایش‌های مختلف بخش کشاورزی فعال

بودند و با توجه به تفاوت ماهیت کاری و ایده‌ای در گرایش مربوطه، ادراک واحدی در خصوص کارآفرینی سازمانی میان پاسخگویان حاکم نبود. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مطالعات آتی بر حسب گرایش‌های مختلف این بخش به بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی بپردازند.

#### منابع

1. Akbari, A.A., Musavi Khatir, S.J. & Smaeili Givi, H.R. (2020). Identifying and prioritizing the components of Iranian entrepreneur university using the meta-combination method and group heretical analysis. *Journal of Research in Educational Systems*, 14(48), 161-182. [In Persian]
2. Alaei, A. (2014). Investigating the components affecting entrepreneurship and its cultivation methods in the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare. *Social, Economic, Scientific and Cultural Monthly of Labor and Society*, (167), 47-59. [In Persian]
3. Alwaani, S.M. (2012). Public management: Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
4. Asadi, A., Savari, M., Shokati Amghani, M., Rezai, A., Ranjbar, A. & Zarei, M. (2018). The challenges of qualitative research from the perspectives of faculty members and PhD candidates of Economy and Agricultural Development faculty of Tehran University. *Agricultural Education Management Research Journal*, 45(2), 298-116. [In Persian]
5. Asgharzadeh, M. (2013). Barriers to university sports entrepreneurship (Case study of Tehran and Shahid Beheshti University schools of physical education). MA dissertation, Islamic Azad Islamshahr Branch. [In Persian]
6. Boyatzis, R.E. (1998). Transforming qualitative information: Thematic analysis and code development. Washington: Sage publications.
7. Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
8. Calvo, N., Rodeiro-Pazos, D., Rodríguez-Gulías, M.J. & Fernández-López, S. (2019). What knowledge management approach do entrepreneurial universities need? *Information Systems*, 85, 21-29.
9. Chebbi, H., Yahiaoui, D., Sellami, M., Pappasolomou, I. & Melanthiou, Y. (2020). Focusing on internal stakeholders to enable the implementation of organizational change towards corporate entrepreneurship: A case study from France. *Journal of Business Research*, 119, 209-217.
10. Chen, J., Zhu, Z. & Anquan, W. (2005). A system model for corporate entrepreneurship. *International Journal of Manpower*. 26(6), 529-543.

11. Courpasson, D., Dany, F. & Martí, I. (2016). Organizational entrepreneurship as active resistance: A struggle against outsourcing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), 131-160.
12. Davari, A. & Rezazadeh, A. (2015). Structural equation modeling using PLS software. Tehran: University Jihad Publishing Organization.
13. Dickson, T.A. (2022). Corporate entrepreneurship and growth of selected manufacturing firms in Benue State. *European Journal of Business and Innovation Research*, 10(2), 1-29.
14. Duobienė, J. (2013). Corporate entrepreneurship in organisational life-cycle. *Ekonomika ir Vadyba*, 18, 584-595.
15. Furst, M.R. (2005). An exploration of corporate entrepreneurship: Venturing signatures and their underlying dynamics. Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.
16. Hair Jr, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2016). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Washington: Sage publications.
17. Ireland, R.D., Covin, J.G. & Kuratko, D.F. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 19-46.
18. Lippitz, M.J. (2007). The four models of corporate entrepreneurship. *MIT Sloan Management Review*, 15, 57-82.
19. Mashhadi Mahmoudi, F. & Rezaghi Shirsavar, H. (2016). Identification and prioritization component of Ministry of Culture and Islamic Guidance entrepreneurship with AHP approach (Case study: Tehran Central Building). *Iranian Journal of Public Policy in Management*, 6(19-20), 15-33. [In Persian]
20. Mathew, M., Abbie, G., Hebda, J. & Vojak, B. (2007). Studying highly valued technical professional motivation using a corporate entrepreneurship framework: Voices from the field. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
21. Mathushan, P. & Kengatharan, N. (2022). Human resource management practices and corporate entrepreneurship: An empirical study in Sri Lanka SMEs. *Management Analysis Journal*, 11(1), 46-56.
22. Mirzaei Ahranjani, H. (1999). Analysis of factors affecting work conscience and social discipline in the organization. Qazvin: Islamic Azad University. [In Persian]
23. Nasiripour, A., Raisi, P. & Hosseini Fahraji, H. (2012). Individual components affecting the development of organizational entrepreneurship in Iranian public hospitals. *Journal of Rafsanjan University of Medical Sciences*, 12, 681-694. [In Persian]

24. Pilvar, N., Badizadeh, A., Hoseini, S.R. & Zaboli, R. (2019). Identifying the components of organizational eEntrepreneurship development based on knowledge management (Case study: Ghazvin University of Medical Sciences). *Journal of healthcare management*, 10(33), 31-42. [In Persian]
25. Samadi Miarkalai, H., Aghajani, H.A. & Samadi Miarkalai, H. (2013). Investigating the capacity and entrepreneurial organizational culture of the university (Case study: Five universities of Mazandaran province). *Public Management Quarterly*, 7(1), 111-132. [In Persian]
26. Thornberry, N.E. (2003). Corporate entrepreneurship: Teaching managers to be entrepreneurs. *Journal of Management Development*, 22(4), 329-344.
27. Tope, J.C., Eunice, I.O., Ibrahim, O. & Temitope, J. (2022). Assessing corporate entrepreneurship in conglomerates in Nigeria. *International Journal of Science, Technology and Society*, 10(2), 27-39.
28. Zhang, C., Zhou, B. & Tian, X. (2022). Political connections and green innovation: The role of a corporate entrepreneurship strategy in state-owned enterprises. *Journal of Business Research*, 146, 375-384.