

شناسایی تاثیر ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی سازمانی

نورمحمد یعقوبی^۱، مهتا جودزاده^۲، حفصه ریسی شهری^۳، گل بهار پورانجنار^۴

^۱ دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی - رفتار سازمانی دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۳ کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی - عمومی دانشگاه سیستان و بلوچستان

^۴ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی - منابع انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان

نام نویسنده مسئول:

مهتا جودزاده

چکیده

ارتباطات در مطالعات سازمانی عاملی مهم در موفقیت سازمانی بشمار می رود، در واقع ارتباطات از مهارت های اصلی مدیران بوده و عامل تغییر سازمانی است و از طرفی می تواند بستر تعامل سالم و سازنده را برای توانمندسازی کارکنان و نوآوری سازمان فراهم نماید. پژوهش حاضر به بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه سیستان و بلوچستان پرداخته است. تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی بوده و با توجه به نحوه گردآوری داده ها یک تحقیق پیمایشی محسوب می شود. تعداد ۲۴۸ نفر از کارکنان به روش تصادفی ساده مورد بررسی قرار گرفتند. بمنظور جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه جداگانه ارتباطات سازمانی، توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی سازمانی استفاده شد. داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزارهای SPSS و lisrel با روش های تحلیل مسیر و نمودار T مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: ارتباطات سازمانی، توانمندسازی، کارکنان، کارآفرینی.

مقدمه

امروزه در اثر جهانی شدن نیاز سازمان ها به نیروهای خلاق و کارآفرین بیش از گذشته است. این امر ناشی از وجود محیط رقابتی و چالش برانگیز بین سازمان ها می باشد. از این رو منابع انسانی به عنوان صاحبان مشاغل باید انعطاف پذیر، خودفرمان، کارآفرین، مسئولیت پذیر و طالب ابتکار و آزادی عمل باشند [Joo & Shim, 2010: 27]. توانمندسازی کارکنان یکی از این رویکردهایی است که در چند دهه اخیر منجر به تحولات مثبت و فراوان در اجرای فعالیت های کاری کارکنان شده است [Sabzicaran & etal, 2011: 60]. همچنین باعث مشارکت بیشتر کارکنان در تصمیم گیری ها و ارائه ایده های نوین و در نهایت عملی کردن آنها در محیط کسب و کار می شود [عبودی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۲۴]. از اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی ساختار سلسله مراتبی و بروکراتیک، به ساختار منعطف و کارآمد تغییر کرد. این تغییر، پارادایم جدیدی با عنوان مدیریت کارآفرینی را بوجود آورد [سالاریان زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۲]. از طرفی، می توان مبحث کارآفرینی سازمانی را مطرح کرد که فرآیندی درون سازمانی بوده و متأثر از عوامل درون سازمانی نظیر حمایت و پشتیبانی مدیریت، ساز و کارهای پاداش و تقویت، فرهنگ سازمانی، ارتباطات سازمانی و ساختار سازمانی است [فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸۴: ۲]. به عبارت دیگر کارآفرینی سازمانی توانسته محیط سازمانی مناسبی را در جهت تربیت و توسعه کارآفرینان فراهم آورد [موسوی راد و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۳]. موضوع اشتغال جوانان در ایران طی دوره های گذشته همواره مسئله چالش سازی بوده است. خبرگذاری ایران به نقل از سازمان آمار ایران، نرخ بیکاری کشور در سال گذشته معادل ۱۰/۴ درصد اعلام کرد. از طرفی، رشد تشکیل سرمایه کشورماندر سال ۹۲ تنها ۱/۳ درصد رشد داشته است. بنابراین چگونه می توان انتظار داشت با این حجم اندک سرمایه گذاری، شغلی برای جوانان در کشور فراهم شود [خبرگذاری جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۳]. با توجه به وضعیت رقابتی بین سازمان ها ناشی از جهانی شدن و پیچیده شدن روابط سازمان ها و نیز نیاز به انعطاف پذیری در روابط درون سازمانی و بین سازمانی، مطلوب است که سازمان های ایرانی نیز برای موفقیت خود بتوانند با این تغییرات همگام شوند. در همین راستا، داشتن ارتباطات سازمانی منعطف می تواند علاوه بر پرورش خلاقیت، نوآوری و توانمندسازی کارکنان، محیط سازمانی را برای پرورش و توسعه کارآفرینی سازمانی مهیا نماید.

توانمندسازی، متأسفانه در ایران بنا به دلایل متعدد از جمله مبهم بودن اهداف سازمانی، نداشتن تعریف مناسب از روابط کاری و روابط شخصی، نبود سیستم مناسب ارزیابی عملکرد، عدم تعریف شاخص های مناسب برای سنجش بهره وری نیروی انسانی و برخی عوامل موجود در جامعه که از غیر رقابتی بودن محیط کسب و کار و ساختار کشور ناشی می شود، سبب شده است که ساختار مشخصی برای کیفی سازی منابع انسانی تعریف نشده و حتی این ساز و کار چندان جدی گرفته نشود [میرشفیعی، ۱۳۹۱: ۵۶]. این در حالی است که در سال های اخیر واژه توانمندسازی بخشی از زبان روزمره مدیریت تبدیل شده است. روی هم رفته، هر چند سازمان های دولتی برای کارآفرین شدن با مشکلاتی رو به رو هستند، ولی این سازمان ها دارای پتانسیل و توانی ویژه برای کارآفرینی هستند که در صورت فراهم نمودن زمینه های لازم به نتایجی بهینه در این زمینه می توانند دست یابند برای فراهم نمودن این زمینه ها، تغییرات اساسی در ساختار این سازمان ها امری ضروری به نظر می رسد [مدهوشی و همکاران، ۱۳۸۶: ۲].

لذا در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال اساسی هستیم که ارتباطات سازمانی چه تاثیری بر توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی سازمانی دارند؟

مبانی نظری

ارتباطات سازمانی

ارتباط سازمانی ابزار ضروری در فرآیند مدیریت عملکرد است [Wang & Li, 2009: 209] و این امر محیط کاری پیچیده به مراتب دارای اهمیت بیشتری است [Marquese, 2010: 47]. ارتباطات در همه سطوح سازمان، بصورت رسمی، شامل: عمودی، افقی و مورب از میان زنجیره فرماندهی سازمان و همچنین به صورت غیررسمی، روی می دهد.

- ارتباطات از بالا به پایین: مدیران سطوح بالا، برای مدیران سطوح پایین تر، اطلاعاتی را درباره ی هدف های سازمان تهیه می کنند، توصیه و دستور صادر می کنند و مدیران فرودست را ارزیابی می نمایند؛
- ارتباط از پایین به بالا: زیردستان یا مدیران سطوح پایین تر، اطلاعات برای مدیران سطوح بالا؛
- ارتباط جانبی و مورب: ارتباطات جانبی بین افراد یک گروه کاری بین گروه ها در یک اداره و بین ادارات را شامل می شود و ارتباطات مورب، بین یک اداره در یک سطح سلسله مراتب سازمان و اداره دیگری در سطحی دیگر روی می دهد.

از طرفی در هر سازمان، یک ارتباط غیررسمی و بدون ساختار وجود دارد. مدیران باید از وجود آن و نقشی که گاهی در کارکرد سازمان ایفا می کند، آگاه باشد. البته ممکن است ارتباطات غیررسمی در قالب گروه های غیررسمی، مثل گروه های دوستی، ذی نفع و نظایر آن، موجب تقویت در اجرای اهداف سازمان هم شود [اسلامی و تاجیک، ۱۳۸۹: ۱۱۱]. ابعاد مربوط به ارتباطات سازمانی، سه دسته اند:

۱. بعد ارتباطی: که بنا به نظر میلر^۲ (۲۰۰۷) خود به چهار جز تقسیم می شود: مجاری ارتباطی، سبک های ارتباطی، مسیرهای ارتباطی، محتوای ارتباطی.

۲. انسان ها به واسطه مجاری ارتباطی، می توانند میان خود ارتباط برقرار کنند و با استفاده از سبک های ارتباطی می توانند ناظر بر نوع ارتباط افراد با یکدیگر باشند. مسیرهای ارتباطی شامل ارتباطات عمودی، افقی. مورب میان افراد سازمان بوده و ناظر بر مسیرهای ارتباطی است، محتوای ارتباطات به محتوای پیام ها توجه دارد و ارتباطات را به سه دسته وظیفه ای اجتماعی و ابتکاری تقسیم می کند.

۳. بعد انسانی: جنبه های انسانی را در بر می گیرد و ارتباط میان افراد را تحت تاثیر قرار می دهد و براساس تحقیقات دانشمندان مختلف شامل سه بخش: ویژگی های فردی افراد، ویژگی های اجتماعی افراد و مهارت های ارتباطی می باشد.

۴. بعد سازمانی: ساختار و محتوای سازمان را در بر می گیرد و ارتباطات سازمانی را تحت تاثیر قرار می دهد. این عوامل به دو دسته طبقه بندی می شود که شامل ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی است [مزروعی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۳].

ارتباطات در مطالعات سازمانی عاملی مهم در موفقیت به شمار رفته و در تئوری های سازمان، جایگاهی مرکزی دارد. از طرفی این ارتباطات باعث شفافیت رفتاری شده و عامل تغییر سازمانی و افزایش اعتماد متقابل بین مدیران و کارکنان بشمار رفته و یک عامل اثرگذار در بهره وری و کاهش غیبت، نوآوری و کیفیت خدمات می باشد [فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۳]. بسیاری از تحقیقات انجام شده در رابطه با مهارت های لازم برای مدیران در سازمان ها، نشان داده اند که ارتباطات بعنوان یک مهارت و شایستگی، در مرتبه اول اهمیت قرار دارد [دعایی و ملک زاده، ۱۳۹۱: ۷۰].

توانمندسازی

توانمندسازی به ایجاد یک حس درونی در افراد که می توانند بطور مستقل تصمیماتی را در فرآیند کاری خویش اتخاذ نمایند اطلاق می گردد [کرد، ۱۳۹۱: ۱۱۶]. پندرفیس^۳ (۱۹۸۳) توانمندسازی را از احساس فرد از افزایش قدرت و ظرفیت با تحت تاثیر قراردادن نیروهایی که باعث تغییر فضای اجتماعی با کمترین تمرکز می شود تعریف کرده است [Setyaningsih & et al, 2012: 215] و همچنین توانمندسازی نقاط قوت منحصر به فرد و شایستگی افراد را در تغییر محیط اجتماعی فعال کرده و برنامه ای غیر قابل اجتناب برای بیشتر مشاغل و صرف کردن هزینه های کمتر می باشد [Hasanpour & et al, 2012: 228; Bektas & Sohrabifard, 2012: 887]. اسپریزر^۴ (۱۹۹۶) توانمندسازی را یک فرآیندی می داند که افراد از طریق آن به اندازه کافی قدرتمند می شوند و قادرند بطور مستقیم بر زندگی و محیط کار خود تاثیرگذار باشند، بنابراین با توانمندسازی افراد مهارت و دانش بدست آورده و بر روی کار خود مسلط هستند [Avram & Priescu, 2012: 949]. علاوه بر آن، کورسان و انز^۵ (۱۹۹۹) و اشنایدر^۶ (۱۹۸۵) معتقدند که برای بدست آوردن مزیت رقابتی شرکت ها مدیران باید از کارکنان توانمند برای موفقیت در دنیای رقابتی حمایت کنند [Safari & et al, 2011: 1148]. همچنین برای ایجاد روحیه مشارکت در کارکنان از طریق فرآیند دخالت و اگذاری مسوولیت به آنها، این شیوه کارکنان را تشویق می کند که در مورد کارهای خویش، خود تصمیم بگیرند و امکان کنترل بیشتری به کار داشته باشند. در واقع توانمندسازی کارکنان عبارت است از مجموعه ای از سیستم ها، روش ها و اقداماتی که به توسعه قابلیت و شایستگی افراد در جهت بهبود و افزایش بهره وری، بالندگی و رشد و شکوفایی سازمان و نیروی انسانی براساس هدف های سازمان می پردازند [نوربخش و توکلی، ۱۳۹۰: ۱۶۰].

جدول شماره ۱: ابعاد توانمندسازی [کیمیایی، ۱۳۹۰: ۶۸].

ابعاد توانمندسازی	نظریه پردازان
احساس خود کارآمدی، خود اثربخشی.	کانگر و کانگو ۱۹۸۵
احساس موثر بودن، احساس داشتن حق انتخاب، احساس شایستگی، احساس معنی دار بودن.	توماس ولتهوس ۱۹۸۸

²Miller

³pinderhughes

⁴Aspryzr

⁵Courson & Enz

⁶Bowen & Schneider

اسپرتیزر ۱۹۹۵	موثر بودن، داشتن حق انتخاب، شایستگی، معناداری.
میشرا ۱۹۹۹	احساس شایستگی، احساس داشتن حق انتخاب، احساس موثر بودن، احساس معنی دار بودن، احساس داشتن اعتماد به دیگران.

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی فرآیندی برای بوجود آوردن یک سازمان جدید با فعالیت های جدید کسب و کار در جهت شناسایی فرصت های جدید و بهره برداری از آنها می باشد [Abrahman & etal, 2014:132]. در قرن ۲۱ مفهوم کارآفرینی سازمانی، بطور روزافزون مورد توجه قرار گرفته است تا آنجا که امروز آنرا بعنوان یک مسیر مطمئن برای دستیابی به بالای عملکرد سازمانی می شناسند. درک درست ظرفیت های کارآفرینی سازمانی بعنوان یک حوزه معتبر و موثر جهت تحقیق و مطالعه، فواید ملموسی را برای صاحب نظران نوظهور این مقوله خواهند داشت [کوراتکو^۷، ۱۳۹۰: ۹۹]. هدف اصلی کار آفرینی سازمانی، ایجاد پویایی، ساختار، فرهنگ سازمانی رقابتی و منعطف جهت روبروشدن با بازارهای رقابتی و پویا است [آبراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۵]. اسملتز^۸ (۲۰۱۱)، کریپر^۹ (۱۹۹۴)، هسریچ^۱ (۲۰۰۹)، اعتقاد بر این موضوع دارند که در سازمان های بزرگ، ساختار سازمانی و سلسله مراتب بسیار پیچیده است؛ بنابراین کارآفرینی سازمانی می تواند در عملکرد و موفقیت سازمان ها تاثیر گذار باشد [Schmellter, 2011:730; Zehir, 2012:925]. اغلب پژوهشگران کارآفرینی سازمانی را از طریق پنج ویژگی اساسی گرایش های کارآفرینانه شامل: نوآوری، استقلال طلبی، پیشتازی در بازار، رقابت تهاجمی و ریسک پذیری بررسی و مفهوم سازی کرده اند، این عوامل اغلب با هم کار می کنند تا عملکرد کارآفرینانه یک سازمان را افزایش دهند [موسوی راد و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۰۳].

رابطه ی بین توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی

امروزه شرایط محیطی و قواعد بازی رقابت به حدی بی رحم، پیچیده، پویا و نامطمئن گردیده که سازمان ها دیگر نمی توانند تنها با تغییرات روبنایی مانند تغییر روش ها، سیستم ها، ساختار و غیره، حیات و بقای بلندمدت خود را تضمین نمایند [امیرکبیری و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۰۰]. دهقانی و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۴)، در پژوهشی تحت عنوان "توانمندسازی کارکنان، رفتارهای کارآفرینی و کارایی سازمانی در آموزش و پرورش ایران" نشان دادند که برای رسیدن به بالاترین بهره وری سازمانی و بدست آوردن بینش شرکت و ماموریت، کارکنان علاوه بر توانمندسازی لازم است که ویژگی های کارآفرین را داشته باشند و بیان کردند که رابطه معنادار و مثبت بین ابعاد توانمندسازی و کارآفرینی رفتار سازمانی کارکنان با بهره وری سازمانی وجود دارد [Dehghanipour & etal, 2014:1130].

رابطه ی بین توانمندسازی و ارتباط سازمانی

در دوران حاضر توانمندسازی بسان ابزاری است که مدیران از طریق آن قادر خواهند بود سازمان های امروزی را با ویژگی هایی چون تنوع شبکه های نفوذ، رشد، اتکا به ساختار افقی و شبکه ای، حداقل شدن فاصله ی کارکنان از مدیران، کاهش تعلق سازمانی و بکارگیری فناوری اطلاعات، بطور کارآمد اداره کنند. توانمندسازی با پرورش کارکنانی با انگیزه و توانا به مدیران امکان خواهد داد تا در برابر پویایی های محیط رقابتی بسرعت و بطور مناسب عمل کنند و موجبات برتری رقابتی سازمان شان را فراهم آورند [فراهانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۲]. نوروزی و شفی، در پژوهش هایی به این نتیجه رسیدند که بین توانمندسازی کارکنان با عملکرد و یادگیری سازمانی، رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد [دستگردی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۴].

رابطه ی بین کارآفرینی و ارتباط سازمانی

کارآفرینی سازمانی با تشویق و ترویج روحیه کارآفرینانه و با بهره گیری از دانش خلق شده در دیگر رهیافت ها، عملکرد کارآفرینانه را در سازمان های بزرگ توسعه می دهد. در جریان تغییر سریع فناوری و رقابت روزافزون جهانی مشخص است که توانایی سازمان ها در تولید محصولات و خدمات تازه، تأثیر زیادی روی عملکرد آنها دارد؛ بنابراین، لازم است که به شیوه های دیگر اندیشیده

⁷kuratko

⁸Asmltr

⁹Carrier

¹ Hsrych

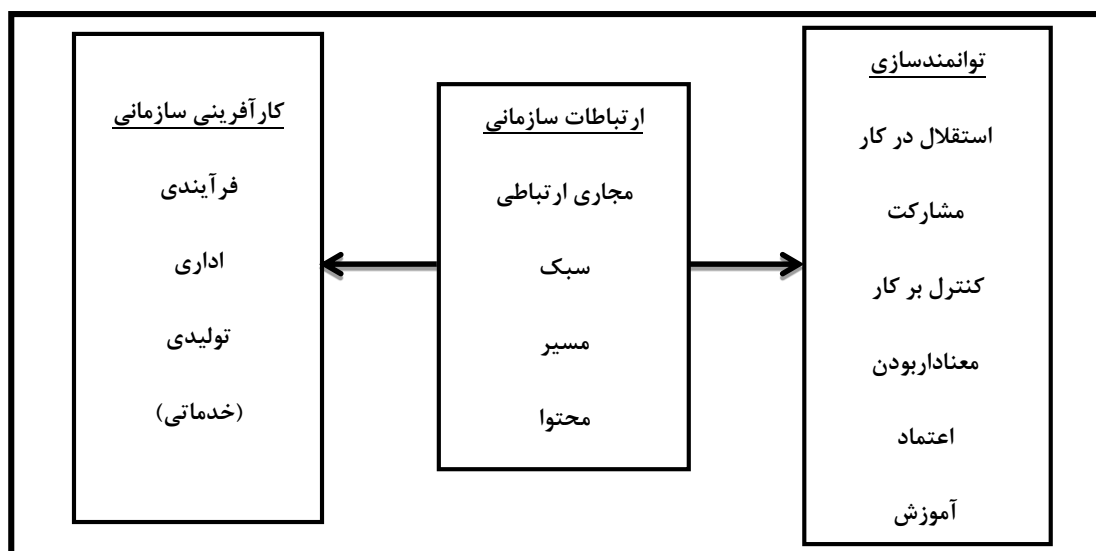
¹ Dehghani & et al

شود و بدنبال راهکارهای جدید سازمانی با ساختارهای نوین و متفاوت از قبل بود [Hult & etal, 2003:416]. از این رو، سازمانی ساختار منعطف دارد که سلسله مراتب سنتی سازمانی را به کمترین میزان ممکن رسانده، لایه های مدیریتی را کاهش داده، دلبستگی و وفاداری کمتری به شیوه های اداری و بروکراتیک داشته باشد (حیدری نژاد و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۶۰). در این راستا شرکت های کوچک و متوسط با رعایت موارد بالا به عنوان منابع اصلی تولید کالاهای نوآور شناخته شده اند. علاوه بر آن، با اهمیت دادن به فرهنگ سازمانی بعنوان یکی از زیر شاخص های ارتباطات سازمانی سعی در افزایش جنبه های مختلف کارآفرینی در سازمان دارند و این موضوع باید جزء اولویت های اجرایی در سازمان ها قرار گیرد [Abdullah & etal, 2013:120].

روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ، هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می گردد. از سوی دیگر با توجه به گردآوری داده، این تحقیق در زمره پژوهش های توصیفی (غیرآزمایشی) طبقه بندی می شود، از میان روش های گوناگون پژوهش های توصیفی، روش انجام این تحقیق، از نوع پژوهش های همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان دانشگاه سیستان و بلوچستان می باشد. جامعه آماری شامل ۷۰۰ نفر از کارکنان دانشگاه سیستان و بلوچستان بودند که با استفاده از جدول مورگان تعداد ۲۴۸ نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند.

مدل مفهومی تحقیق



فرضیه های اصلی تحقیق

- ۱- ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد؛
- ۲- ارتباطات سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد.

فرضیه های فرعی

- ۱- مجاری ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد؛
- ۲- سبک ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد؛
- ۳- مسیر ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد؛
- ۴- محتوای ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد؛
- ۵- مجاری ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد؛
- ۶- سبک ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد؛
- ۷- مسیر ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد؛
- ۸- محتوای ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد.

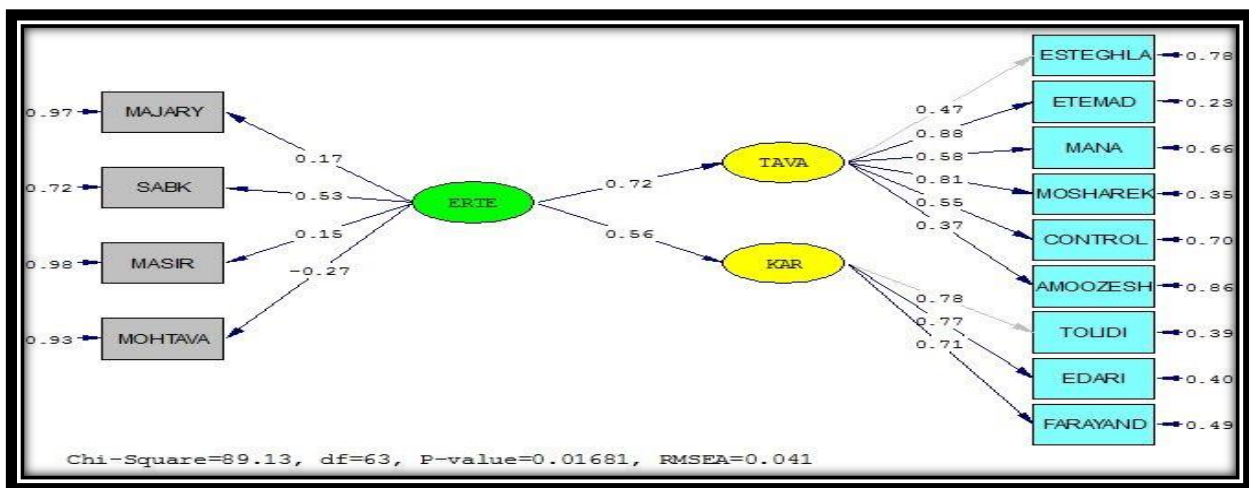
تحلیل داده ها و یافته های پژوهش

آزمون فرضیه های پژوهش

بمنظور تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های تحقیق از روش ضریب مسیر و نمودار T استفاده شد که فرضیه های این تحقیق با استفاده از نرم افزار لیزرل (Lisrel) نسخه ۸/۵ مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفتند.

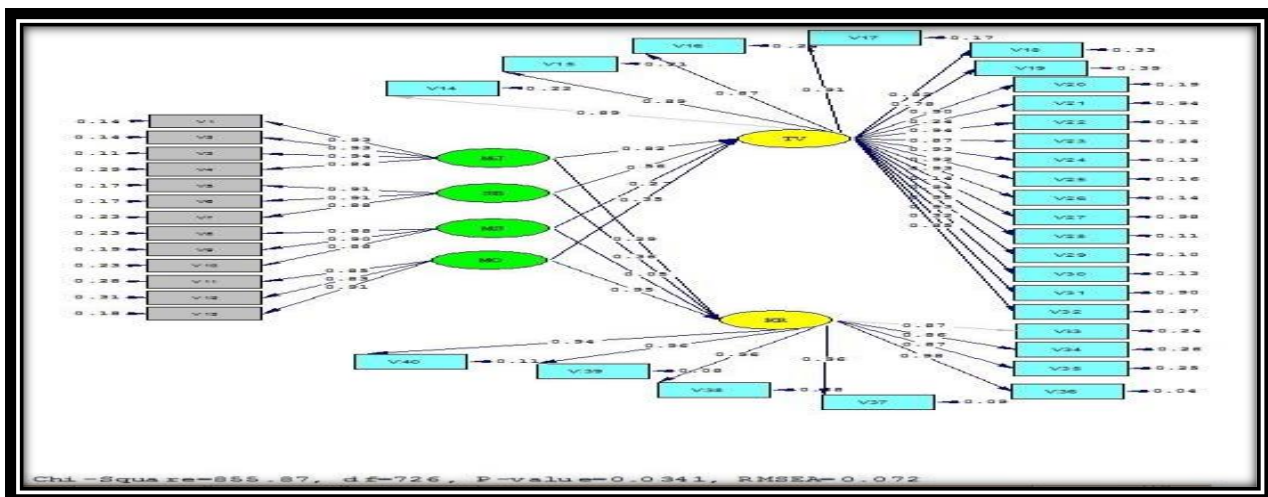
نمودار ضرایب مسیر

نمودارهای ضرایب مسیر ارتباط کلی بین متغیرهای مکنون و غیرمکنون را با یکدیگر در یک الگو نشان می دهند. در نمودارهای زیر، ضرایب مسیر تحقیق موجود نشان داده شده است. اعداد روی فلش ها، نشان دهنده ضرایب مسیر مربوطه بین متغیرها می باشد که با استفاده از نرم افزار لیزرل بدست آمده است. در ابتدا لازم است که معادل های متغیرها در خروجی های لیزرل نسخه ۸/۵ که در ادامه پژوهش به نمایش گذاشته می شوند را بیان کنیم. نمودار ضرایب معناداری تحلیل مسیر فرضیه های اصلی را نشان می دهد که با استفاده از نرم افزار لیزرل بدست آمده است. اعداد روی نمودار نشان دهنده میزان تاثیرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته است.



نمودار ۱: نتایج آزمون تحلیل مسیر برای فرضیه های اصلی

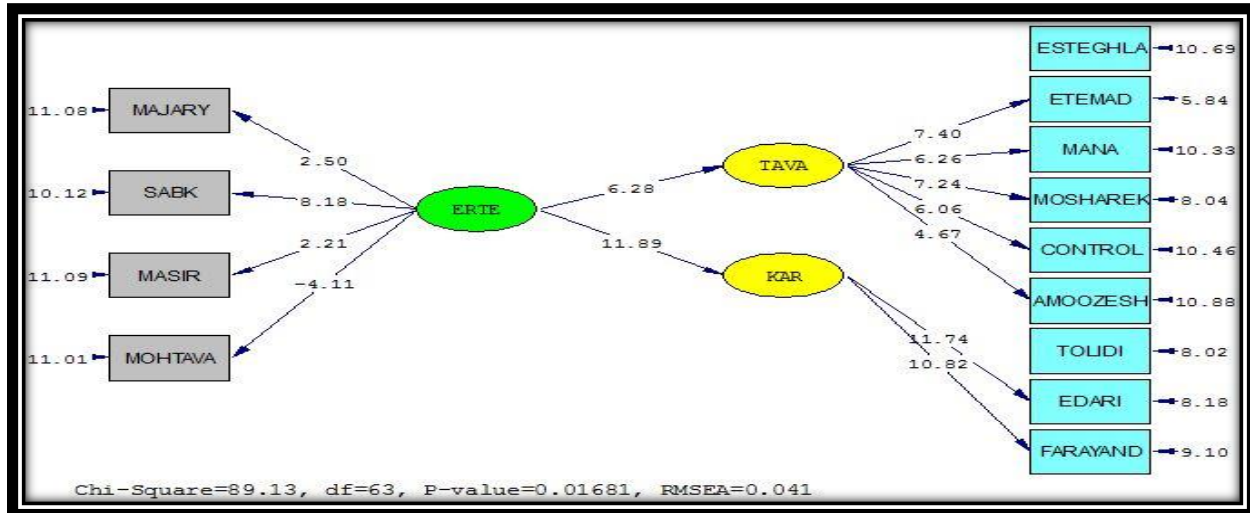
نمودار شماره ۲ نیز با استفاده از نرم افزار لیزرل بدست آمده است که ضرایب معناداری تحلیل مسیر را برای فرضیه های فرعی نشان می دهد.



نمودار ۲: نتایج آزمون تحلیل مسیر برای فرضیه های فرعی

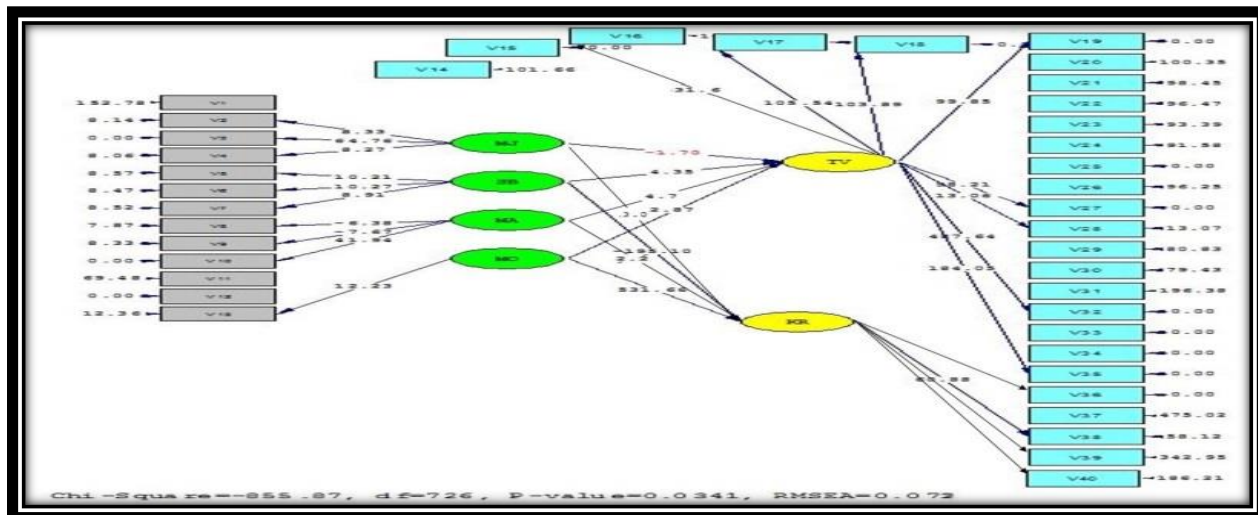
نمودار مقادیر آماره T

نمودارهای ۳ و ۴ مقادیر آماره آزمون T را برای هر فرضیه نشان می دهند. در اینجا برای هر پارامتر در الگو یک مقدار T مشاهده شده به دست می آید و می توان اینگونه تفسیر کرد؛ هنگامی که تعداد نمونه بیشتر از ۳۰ عدد باشد و T مشاهده شده بیشتر از ۱/۹۶ باشد، با بیش از ۹۵ درصد اطمینان، رابطه بدست آمده معنادار است.



نمودار ۳: مقادیر آماره آزمون T برای فرضیه های اصلی

نمودار ۳ مقادیر آماره آزمون T را برای فرضیه های اصلیشان می دهد. این عدد باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد تا فرضیه ها تایید شود.



نمودار ۴: مقادیر آماره آزمون T برای فرضیه های اصلی

نمودار ۴ نیز مقادیر آماره آزمون T را برای فرضیه های فرعی نشان می دهد. همانطور که مشاهده می شود تنها ۲ مسیر معنادار هستند.

آزمون های نیکویی برازش

وقتی یک الگو از پشتوانه نظری مناسبی برخوردار باشد در مرحله بعد نوبت به آن می رسد که تناسب این الگو با داده هایی که محقق جمع آوری کرده، بررسی گردد. از اینرو، برخی از آزمون های نیکویی برازش برای داده های این تحقیق استفاده شده تا تناسب بررسی گردد. بمنظور مشخص نمودن برآورد شاخص های نیکویی برازش عوامل مختلفی وجود دارد که هر یک از آن ها در قالب جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۱: مقدار شاخص های برازش و نتیجه برازش الگوی ساختاری

ردیف	شاخص برازش	مقدار قابل قبول	مقدار الگو	نتیجه برازش
فرضیه اصلی ۱	X^2/DF	کمتر از ۲ عالی کمتر از ۳ مناسب	۰/۴۱	عالی
فرضیه اصلی ۲	X^2/DF	کمتر از ۲ عالی کمتر از ۳ مناسب	۰/۷۲	عالی

همانطور که در جدول ۱ نشان داده شده است، به جز شاخص برازش GIF ، شاخص هادر دامنه مطلوب قرار دارند. لذا در مجموع مدل ساختاری از برازش مناسبی برخوردار است. حال با استفاده از تحلیل مسیر به آزمون فرضیه های تحقیق بر اساس نتایج بطوریکه خروجی برازش و آزمون T بین متغیر های کمون مستقلا و متغیر های کمون وابسته وجود دارند، فقط ۲ مسیر معنادار است؛ جدول ۲ نتایج آزمون فرضیه ها را نشان می دهد.

جدول ۲: شاخص های برازش شاخص های اندازه گیری

فرضیه	ضریب استاندارد	ضریب T	مقایسه با مقدار بحرانی	نتیجه آزمون
ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۷۲	۶/۲۸	$۱/۹۶ < ۶/۲۸$	قبول
ارتباطات سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۵۶	۱۱/۸۹	$۱/۹۶ < ۱۱/۸۹$	قبول
مجاری ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۸۲	-۱/۷۰	$۱/۹۶ > -۱/۷۰$	رد
سبک ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۵۶	۴/۳۵	$۱/۹۶ < ۴/۳۵$	قبول
مسیر ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۲۷	۴/۷	$۱/۹۶ < ۴/۷$	قبول
محتوای ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۳۵	۲/۸۷	$۱/۹۶ < ۲/۸۷$	قبول
مجاری ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۲۹	۳	$۱/۹۶ < ۳$	قبول
سبک ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۳۶	-۱۹۵/۱	$۱/۹۶ > -۱۹۵/۱$	رد
مسیر ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۰۵	۲/۲	$۱/۹۶ < ۲/۲$	قبول
محتوای ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۹۵	۵۳۱/۶۶	$۱/۹۶ < ۵۳۱/۶۶$	قبول
ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۷۲	۶/۲۸	$۱/۹۶ < ۶/۲۸$	قبول
ارتباطات سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۵۶	۱۱/۸۹	$۱/۹۶ < ۱۱/۸۹$	قبول
مجاری ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۸۲	-۱/۷۰	$۱/۹۶ > -۱/۷۰$	رد
سبک ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۵۶	۴/۳۵	$۱/۹۶ < ۴/۳۵$	قبول
مسیر ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۲۷	۴/۷	$۱/۹۶ < ۴/۷$	قبول
محتوای ارتباطی بر توانمندسازی کارکنان تاثیر معناداری دارد	۰/۳۵	۲/۸۷	$۱/۹۶ < ۲/۸۷$	قبول
مجاری ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۲۹	۳	$۱/۹۶ < ۳$	قبول
سبک ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۳۶	-۱۹۵/۱	$۱/۹۶ > -۱۹۵/۱$	رد
مسیر ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۰۵	۲/۲	$۱/۹۶ < ۲/۲$	قبول
محتوای ارتباطی بر کارآفرینی سازمانی تاثیر معناداری دارد	۰/۹۵	۵۳۱/۶۶	$۱/۹۶ < ۵۳۱/۶۶$	قبول

نتیجه گیری

یکی از شاخه های اصلی نوآوری در سازمان، کارآفرینی سازمانی است که باعث بهره گیری بهتر از فرصت های موجود و انطباق پذیری بیشتر با محیط پیرامون سازمان می شود. در این راستا، از مهم ترین عوامل تسهیل و تقویت کارآفرینی در سازمان ها ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با اهداف مورد نظر است. امروزه، سازمان ها در محیطی کاملاً رقابتی که همراه با تحولات شگفت انگیز است باید اداره شوند. در چنین شرایطی مدیران فرصت چندانی برای کنترل کارکنان در اختیار ندارند و باید عمده وظایف روزمره را به عهده کارکنان بگذارند. کارکنان زمانی می توانند به خوبی از عهده وظایف محوله برآیند که از مهارت، دانش و توانایی لازم برخوردار باشند. ابزاری که در این زمینه به کمک مدیران می شتابد فرایند توانمندسازی است. هدف از انجام تحقیق حاضر، بررسی تاثیر ارتباطات سازمانی بر توانمندسازی کارکنان و کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه سیستان و بلوچستان بوده است و بمنظور دسترسی به هدف بیان شده، گام های زیر پیموده شد:

مطالعه ادبیات موضوع، استخراج متغیرها، طراحی ابزار اندازه گیری مرتبط، تهیه پرسشنامه و توزیع در بین جامعه تحقیق (کارکنان دانشگاه سیستان و بلوچستان)، مطالعات میدانی و جمع آوری داده ها و اطلاعات، انجام آزمون های آماری مختلف و در نهایت تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده است. نتایج آزمون ها نشان داد که نتایج یافت شده در مقاله حاضر با نتایج پژوهش فرهنگی و صفرزاده (۱۳۸۴) و زهیر و همکاران (۲۰۱۲) و عبدالله و همکاران (۲۰۱۳) هم راستا است.

بدیهی است که این پژوهش در جامعه آماری دانشگاه سیستان و بلوچستان و با شرایط این سازمان انجام پذیرفته و در تعمیم نتایج آن به سایر سازمان ها باید اطمینان حاصل نمود و بررسی های بیشتر و متنوع تری در سایر سازمان ها و گروه های کارکنان و مشاغل مختلف انجام داد.

برای محققان آتی پیشنهاد می شود که ارتباطات سازمانی را از منظر مولفه های پیچیدگی، رسمیت و تمرکز و میزان تاثیر آن بر کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار دهند. همچنین، می توان به بررسی رابطه برگزاری کارگاه های آموزشی و دوره های ضمن خدمت کارکنان با میزان توانمند شدن آنها انجام داد.

منابع و مراجع

- [۱] ابراهیم پور، ح؛ صالحی صدقیانی، ج و خلیلی، ح (۱۳۹۰). "بررسی رابطه کارآفرینی سازمانی و عملکرد تجاری شرکت پتروشیمی تبریز." فصلنامه پژوهش های مدیریت عمومی، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۱۳۸-۱۲۱.
- [۲] آذر، ع؛ و مؤمنی، م (۱۳۸۰). "آمار و کاربرد آن در مدیریت." انتشارات سمت، تهران.
- [۳] اسلامی، ح و تاجیک، ن (۱۳۸۹). "مدیریت ارتباطات سازمانی و روابط میان مدیران و کارکنان." نشریه عصر ارتباطات، شماره ۱۶.
- [۴] امیرکبیری، ع، ر و فتاحی، ص (۱۳۸۶). "بررسی ارتباط ابعاد توانمندسازی روان شناختی با کارآفرینی درون سازمانی: مورد مطالعه مجتمع فن آواران اطلاعات تهران." مطالعات مدیریت صنعتی، تابستان ۸۶، شماره ۱۶، ص ۱۲۴-۹۹.
- [۵] حاتمی، س و دستار، ح (۱۳۹۱). "تبیین نقش یادگیری در بهره‌وری نیروی انسانی از طریق توانمند سازی." مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، بهار و تابستان ۹۱، سال ۴، ص ۵۳-۲۷.
- [۶] حیدرعلی، ه (۱۳۸۴). "مدل یابی معادلات ساختاری." انتشارات سمت، تهران.
- [۷] حیدری نژاد، ص؛ غفرانی، م و جلیلود، ج (۱۳۹۱). "ارتباط ساختار سازمانی و کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان سیستان و بلوچستان." پاییز ۹۱، شماره ۱۵، ص ۱۷۲-۱۵۹.
- [۸] خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، ۲ آذر ۱۳۹۳، www.irna.ir.
- [۹] دستگیری، ک؛ گودرزی، م؛ اسدی، ح؛ دستگیری، م و دستگیری، س (۱۳۸۹). "ارتباط توانمندسازی با یادگیری سازمانی کارکنان سازمان تربیت بدنی جمهوری اسلامی ایران." نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۷، ص ۱۲۴-۱۱۱.
- [۱۰] دعایی، ح، ا و ملک زاده، غ، ر (۱۳۹۱). "بررسی ارتباطات سازمانی بر اثربخشی عملکرد مدیران و رضایتمندی کارکنان در آموزش عالی (مطالعه موردی مراکز آموزش عالی شهر مشهد)." مدیریت در دانشگاه اسلامی، سال اول، شماره ۱.
- [۱۱] سالاریان زاده، م، ح؛ صدر، ف؛ واعظ مهدوی، م، ر و ماهر، ع (۱۳۹۰). "عوامل موثر بر کارآفرینی سازمانی در سازمان های بهداشتی درمانی دولتی ایران." مدیریت اطلاعات سلامت، سال ۸، شماره ۸، ص ۱۲۱۲-۱۱۹۹.
- [۱۲] عبودی، ح؛ طفی زنگنه درویش، م و کاظمیان، ف (۱۳۹۳). "مدیریت منابع انسانی." دانشگاه جامع امام حسین (ع)، بهار ۹۳، شماره ۱، ص ۲۴۴-۲۲۳.
- [۱۳] فراهانی، ا؛ عجم، ق؛ عزیزیان کهن، ن و اسراج، س (۱۳۹۰). "رابطه ی بین عوامل روانشناختی توانمندسازی و کارآفرینی سازمانی کارکنان اداره ی کل تربیت بدنی استان خراسان رضوی." نشریه مدیریت ورزشی، بهار ۹۰، شماره ۸، ص ۵۵-۴۱.
- [۱۴] فرهنگی، ع، ا و صفرزاده، ح (۱۳۸۴). "طراحی و تبیین الگوی ارتباطات سازمانی در فرآیند کارآفرینی سازمانی (با تاکید بر شرکت های پخش سراسری ایران)." دو ماهنامه علمی-پژوهشی دانشور رفتار، دانشگاه شاهد، سال دوازدهم، شماره ۱۴.
- [۱۵] فرهنگی، ع، ا؛ بازرگان، ع؛ طبیبی، س، ج و ناوی پور، ح (۱۳۸۹). "ویژگی های اخلاقی و شخصیتی مدیران بیمارستانی در ارتباطات میان فردی سازمانی؛ یک مطالعه کیفی." مجله اخلاق و تاریخ پزشکی، دوره چهارم.
- [۱۶] کلانتری، خ (۱۳۸۸). "مدل سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی، اقتصادی (با برنامۀ لیزرل و سیمپلیس)." انتشارات فرهنگ صبا، چاپ اول.
- [۱۷] کرد، ب (۱۳۹۱). "بررسی عوامل مرتبط با توانمندسازی کارکنان کسب و کارهای کوچک و متوسط خدماتی." پژوهش های مدیریت عمومی، سال ۵، شماره ۱۵، ص ۱۳۴-۱۱۳.
- [۱۸] کوراتکو، د؛ ترجمه نوری زاده، ع و صبور، ب (۱۳۹۰). "کارآفرینی سازمانی." سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
- [۱۹] کیمیایی، ع (۱۳۹۰). "شیوه های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار." فصلنامه رفاه اجتماعی، سال یازدهم، شماره ۴۰، ص ۹۲-۶۳.
- [۲۰] مدهوشی، م و همکاران (۱۳۸۶). "بررسی و تعیین مدل بومی موانع داخلی کارآفرینی سازمانی در وزارت کشور." کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده.
- [۲۱] مزروعی، ح؛ بازرگانی، م؛ غضنفری، ا و فرهی بوزنجانی، ب (۱۳۸۸). "آرایه ی الگوی ارتباطات سازمانی برای یک سازمان نظامی." فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال دوم، شماره ۱ (شماره ی پیاپی ۵)، ص ۵۱-۶۶.

- [۲۲] موسوی راد، ط؛ فراهانی، ا؛ نجات اصفهان، ع و هنری، ح (۱۳۹۱). "طراحی مدل کارآفرینی سازمانی مبتنی بر رابطه‌ی راهبرد سازمانی با ابعاد گرایش های کارآفرینانه‌ی سازمانی در سازمان های تربیت بدنی." مدیریت ورزشی، بهار ۹۱، شماره ۱۲، ص ۲۱۷-۲۰۱.
- [۲۳] میرشفیعی، س، م (۱۳۹۱). "الگوی توانمندسازی کارکنان در سازمان ها." راه ابریشم، نشریه وزارت راه و شهرسازی، اسفندماه ۹۱، سال ۱۸، شماره ۱۳۹.
- [۲۴] نوربخش، م و توکلی، س، س (۱۳۹۰). "شناسایی عوامل کلیدی توانمندسازی کارکنان وزارت تعاون." نشریه تعاون، سال ۲۱، دوره جدید، شماره ۶.
- [25] Ab Rahman, N.A; and Ramli,a(2014). "Entrepreneurship management, competitive advantage and firm performances in the craft industry: concepts and framework." Procedia - Social and Behavioral Sciences 145, pp 129 – 137.
- [26] Abdullah,N.H; Shamsuddin, A; Wahab, E; and Abdul Hamid, N.A(2013). "The Relationship between Organizational Cultureand organizational behavior." Product Innovativeness, International Conference on Innovation, Management and Technology Research. 14-16 july, Paris.
- [27] Avram.E & Priescu.I,(2012). "Access to Information and Empowerment Perspectives in Health Services." Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol5, No6, PP.949-953.
- [28] Bektas .C & Shohrabifard. N,(2012). "Terms of Organizat Ional Psychology ,Personel Empowerment and Team Working: A Case Study Word Conference on Psyhology and Sociology." 22 – 23 September Malaysia, Procedia - Social and Behavioral Sciences 129 1, pp140 – 147.
- [29] Dehghanipour.S, Gharooni.A & Arabzadeh.A(2014). "Staff Empowerment, Entrepreneurial Behaviors and Organizational Efficiency Iranian Headquarter Education." 2ad World Conference On Business, Economics and Management-WCBEM2014,Procedia-Social and Behavioral Sciences 109(2014),pp.1130-1141.
- [30] Hassanpour.A, Mehrabi,J , Hassanpoor.M &Samangoeei.B ,(2012). "Analysis of Effective Fantors on Psychological Empowerment of Employees(Case Study:Employees of Education Organization in 19 nRegions in Tehran) ." American International Journal of Contemporary Research, Vol.2,No.8.
- [31] Hult,G.T; Snow,C and Kondemir ,D(2003). "The role of Entepreunrship in buhlding cultural competitiveness in different organizational types." journal of management ,Vol29, No3,pp 401-426.
- [32] Joo,B and Shim,J.(2010). "Psychological empowerment and organizational commitment :the moderating effect of organizational learning." Vol13, No9, pp27.
- [33] Marquse.J.F,(2010). "Enhancing The Quality of Organization Communication: A Presentation of Reflection-based Criteria." Journal of Communication Management ,Vol14, No1, PP47-58.
- [34] Sabzicaran,E; Miri,A and Rangriz, H.(2011). "The relationship between organizational structure and employes empowerment national Iranian oil products distribution company." Kuwait chapter of Arabian journal of business and managemant review , Vol1, No1, pp 51-68.
- [35] Safari.Kh, Salimi.A ,Rastegar.A & Jamshidi.A,(2011). "The Relationship Between Psychological Empowerment and Organizational Learning." Procedia-Social and Behavioral Sciences journal, Vol3, No9, PP.1147-1152.
- [36] Schmelter.R,Mauer.R,Borsch.C &Brettel.M,(2011). "Boosting Corporate Entrepreneurship Through HRM Practiices:Evidence From German SME ."Human Resource Management,Vol49,PP715-741.
- [37] Setyaningsih.S,Rucitac.P& Ummu hani.I.N.R,(2012). "Women Empowerment Through Creative Industry A Case Study." International Conference on Small and Medium Cnterprises Development With a Theme Innovation and Sustainability in SEM Development(ICSMED2012).

- [38] Wang.Y& Liu. G(2009). “Research on Relationships Modle of Organization Communication Performance of the Construction Project Based on Shared Menta Modle.”<http://ssrn.ir>.
- [39] Zehir,Cemal; Muceldili, Busra and Zehir, Songul.(2012). “The impact of corporate Entepreneurship on organizational citizen behavior and organizational commitment evidence frou turkey SMEs.” 8th international strategic management conference. Procedia – social and Behavioral sciences 58, pp 924-933.