

نقش مؤلفه اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای در توسعه کارآفرینی سازمانی: مورد مطالعه مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه

حوریه مرادی*، مسعود بیژنی، مسعود برادران، حسین شعبانعلی فمی، عبدالعظیم آجیلی^۱
(تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۵/۹؛ تاریخ پذیرش: ۹۱/۳/۲۰)

چکیده

مدیریت ترویج کشاورزی یکی از بخش‌های مهم جامعه است که وجود کارکنان کارآفرین خلاق در آن، برای رسیدن به توسعه ضروری است. از این رو در این تحقیق به بررسی میزان کارآفرینی و نیز تحلیل نقش مؤلفه اطلاعاتی-ارتباطی توسعه حرفه‌ای در کارآفرینی سازمانی مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه پرداخته شد. کلیه کارگزاران ترویج کشاورزی استان کرمانشاه به تعداد ۴۵۶ نفر جامعه آماری این پژوهش را تشکیل دادند. پژوهش از نوع کاربردی و روش پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی بود. حجم نمونه براساس جدول مورگان ۲۱۰ نفر تعیین گردید. روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب از پاسخگویان انتخاب گردید. ابزار پژوهش پرسشنامه بود که روایی صوری آن براساس نظر جمعی از اساتید و صاحب‌نظران تأیید گردید و پایایی آن با استفاده از پیش‌آزمون مشخص گردید. ضریب آلفای کرونباخ برای کارآفرینی سازمانی و عامل اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای به ترتیب ۰/۸۷ و ۰/۹۰ محاسبه شد که بیانگر مناسب بودن ابزار پژوهش بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های همبستگی و رگرسیون انجام شد. براساس نتایج تحقیق، بین مؤلفه‌های اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای کارگزاران ترویج با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا برقرار می‌باشد. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که متغیرهای بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی کارکنان، تأثیر معنی‌داری بر توسعه کارآفرینی سازمانی داشته و توانایی تبیین ۵۵/۱ درصد از تغییرات متغیر کارآفرینی سازمانی را دارند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی سازمانی، مؤلفه اطلاعاتی-ارتباطی، توسعه حرفه‌ای، مدیریت ترویج کشاورزی، استان کرمانشاه.

۱- به ترتیب دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه خوارزمی تهران، دانشجوی دکترای ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین اهواز، دانشیار گروه مدیریت و توسعه کشاورزی دانشگاه تهران، دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین اهواز.

*- مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: horiehmoradi@gmail.com

مقدمه

اساسی ترین عوامل در فرآیند توسعه می باشد و بخش کشاورزی در حال حاضر با چالش نیروی انسانی کارآمد مواجه می باشد (اکبری و همکاران، ۱۳۸۸) در ترویج نیز، سازمانی قوی و کارآمد محسوب می شود که متشکل از کارکنانی باشد که دارای انعطاف پذیری لازم برای واکنش در برابر محیط و تحولات و چالش های خارج از محیط سازمان از قبیل تغییرات در عرصه فناوری های کشاورزی، روش های ارتباطی، نیازهای کشاورزان، شرایط محیط روستایی، وضعیت صادرات و واردات محصولات و شرایط اقتصاد بازار باشند (Shirvastava & Shaw, 2004). لازمه رسیدن به کارآفرینی سازمانی، داشتن اطلاعات مناسب است. چراکه یک سازمان، همواره به منظور تصمیم گیری سریع و دقیق، نیاز به اطلاعات مناسب دارد و این امر میسر نیست مگر اینکه مدیران و کارکنان با دریافت اطلاعات و پردازش آنها به شناخت لازم از نظام دست یافته و براساس آن گزینه های ممکن را شناسایی و بهترین آنها را انتخاب نمایند (علم بیگی و همکاران، ۱۳۸۸).

سازمان ترویج یکی از سازمان های فعال جامعه در بخش کشاورزی است که بر نشر نوآوری های فنی و توسعه فردی تأکید دارد. اما کارکنانی که توسعه نیافته اند قادر به توسعه فردی ذینفعان سازمان نیستند. بنابراین، به روز نگهداشتن دانش و اطلاعات کارکنان اعم از مروجان و کارشناسان می تواند ابزار مهمی در جهت موفقیت فعالیت های این سازمان محسوب شود زیرا، مهمترین منبع قابل دسترسی برای خدمات ترویج، اعضا و کارکنانش می باشند که با توجه به شرایط متغیر موجود، انتظارات بالایی متوجه آنها است. در نتیجه، سازمان باید تا آنجا که امکان دارد کیفیت این نیروها را بهبود بخشد. می توان گفت توسعه حرفه ای و بهسازی کارکنان، توسعه دانش، مهارت ها و توانمندی های آنان برای بهبود عملکرد شغلی در زمان حال و آینده باید در جهت تحقق اهداف سازمان باشد (شعبانعلی فمی، ۱۳۸۵). یکی از مولفه های مرتبط با بهبود ارتباطات درون سازمانی در توسعه کارآفرینی سازمانی، توسعه مهارت ها و شایستگی های کارکنان بواسطه استفاده منظم از ICT و همچنین وجود انگیزه های لازم در کارکنان در جهت ارتقای مهارت های خود در زمینه بکارگیری ICT است (علم

تلاش محققان در جستجو برای راه های مقابله با چالش های پیش روی سازمان های امروزی، منجر به شکل گیری مفهوم کارآفرینی سازمانی به عنوان فرآیندی از نوآوری و نوسازی در محصول، خدمات و فرآیندهای سازمانی از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان (سوانسون و همکاران، ۱۳۸۱) برای پاسخگویی بهتر به نیازهای رو به رشد مخاطبین شده است (بعقوبی فرانی و همکاران، ۱۳۸۸). کارآفرینی سازمانی به معنای اجرای فرآیند کارآفرینی در داخل سازمان و استفاده از خصوصیات هم چون روحیه پشتکار، ریسک پذیری، خلاقیت و نوآوری می باشد (مقدسی، ۱۳۸۸). سازمان های دولتی هنگامی می توانند به ترویج اثربخش کارآفرینی در جامعه کمک نمایند که ابتدا خود آنها کارآفرین باشند. به همین دلیل امروزه نه تنها کارآفرینی به عنوان یک راهکار برای درگیر شدن با چالش های کسب و کار است، بلکه یکی از مهمترین پارادایم های نوین اداره امور بخش دولتی محسوب می گردد (Miller, 2005). به علاوه در بسیاری از موارد، اهمیت و کارکرد کارآفرینی سازمانی در توسعه نوآوری های تکنولوژیکی در سازمان شناخته شده است (Van den ban & Hawkins, 2006). بررسی ها نشان می دهند سازمان های دارای کارکرد آموزشی و ترویجی به سبب رشد سریع در امکان دسترسی مردم به اطلاعات، تقاضاهای متنوع و فزاینده مخاطبان و انتظار آنها برای پاسخگویی فوری به نیازهایشان، در یک فضای رقابتی و تحت فشار از سوی محیط پیرامون قرار گرفته اند (Henionen, 1999; Lyons et al, 2000). کشاورزی یکی از ابزارهای اولیه انتشار فناوری های پیشرفته بوده و به طور قطع، نقش مهمی در فرآیند توسعه بویژه توسعه روستایی ایفا می کند. یکی از عمده ترین دلایل عدم توفیق استراتژیهای توسعه در گذشته، عدم تشخیص اهمیت ترویج و سازه های نهادی و انسانی در توسعه هماهنگ جوامع روستایی بوده است. به عبارتی نظام ترویج یکی از نهادهای اساسی برای تحول نهادی و انسانی به شمار می رود (میرزایی و همکاران، ۱۳۸۶). با توجه به اینکه نیروی انسانی متخصص یکی از مهمترین و

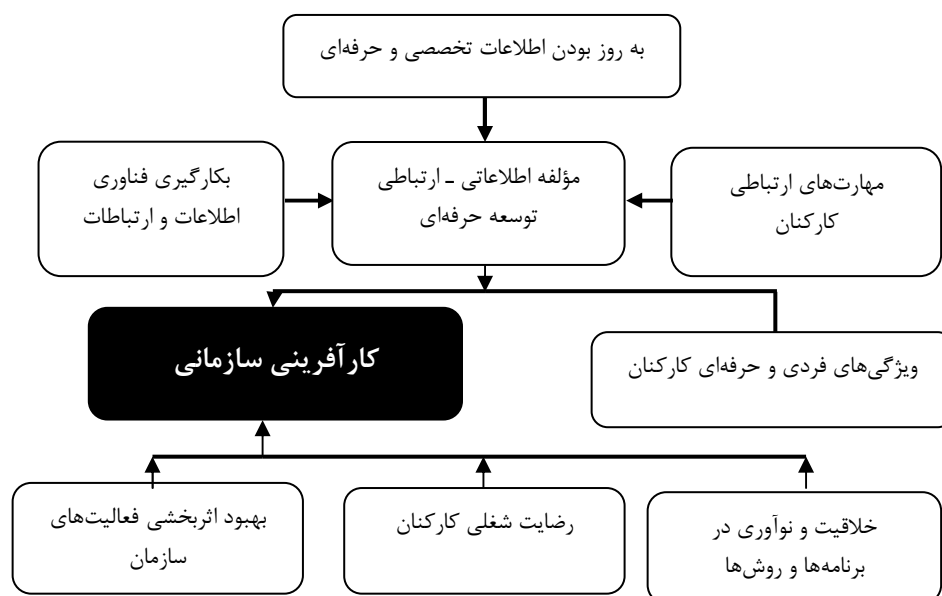
بیگی و همکاران، ۱۳۸۸). بایود (Bayode, 1996) فناوری اطلاعات و ارتباطات را در قالب فرآیندهای اکتساب، پردازش، ذخیره‌سازی و توزیع اطلاعات به وسیله ابزارهای رایانه‌ای و سایر تجهیزات ارتباط از راه دور تعریف کرده است. امروزه اهمیت نیاز سازمان‌ها به توسعه فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی کارآمد و پاسخگو به همراه داشتن زیرساخت‌های لازم برای آن در جهت پشتیبانی از برنامه‌ریزی و نظارت در سازمان، به طور فزاینده‌ای مورد تأکید واقع شده است (Hillebrand & Biemans, 2004). به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران، خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات به واسطه خلق منابع اطلاعاتی حیاتی برای سازمان از ارزشمندی خاصی برای سازمان‌های امروزی در زمینه مدیریت فرآیندهای مرتبط با نوآوری برخوردار هستند (Kemelogor, 2002). یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۸۸)، در تحقیقی به بررسی میزان کارآفرینی و نیز شناسایی و تحلیل نقش عوامل سازمانی و مدیریتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی کشور پرداختند و نشان دادند که شرایط سازمانی و مدیریتی ادارات ترویج، تسهیل‌کننده کارآفرینی سازمانی نمی‌باشد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی، بیشترین تاثیر را بر توسعه کارآفرینی سازمانی داشته و توانایی تبیین ۵۱/۴ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی سازمانی را دارند. علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی به نقش مؤلفه‌های فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین مؤلفه‌های ارتباطات سازمانی و میزان بکارگیری ICT رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که از بین هشت مؤلفه ارتباطی و اطلاعاتی، سه متغیر محتوای مناسب منتقل شده به کارکنان توسط ICT سازمان، وجود راهبردهایی برای خلق پایگاه‌های داده مرتبط با حوزه فعالیت سازمان و حمایت مدیریت سازمان از حضور فناوری‌های پیشرفته در سازمان، به ترتیب بیشترین اثرات علی را بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج داشته‌اند. هیل براند و بایمنز (Hillebrand & Biemans, 2004) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که اطلاعات مناسب و به هنگام، یک مؤلفه کلیدی در عملکرد نوآورانه سازمان است. شرواستاوا و شاو (Shirvastava & Shaw, 2004) در تحقیقی در کشور چین به این نتیجه رسیدند که بین توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، مدیریت بهینه منابع انسانی و کارآفرینی رابطه مثبتی برقرار است. شرر و همکاران (Sherer, et al, 2003) از فناوری اطلاعات به عنوان یکی از عوامل تغییر سازمانی به سوی کارآفرینی نام برده و حمایت مدیریت سازمان از فناوری‌های اطلاعاتی، توانمندی و رضایت شغلی کارکنان و عرضه اطلاعات به هنگام را در این رابطه مورد توجه قرار داده‌اند. تحقیقات تاتی کندا و استاک (Tatikonada & Stock, 2003)، نشان داد که سازمان‌هایی که از فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات بهره‌مند بوده‌اند در امور بازاریابی و بهبود فعالیت‌های کارآفرینی خود در سطح موفقیت بالاتری قرار داشته‌اند. تاشی و لائو (Tsui & Lau, 2002) در تحقیقی در سازمان‌های دولتی چین به این نتیجه رسیدند که بین توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با بهسازی سازمان و تشویق کارکنان در رابطه با کارآفرینی، رابطه مثبتی برقرار است. جوردی ویلاسکا و تورنت (Jordi Vilaseca & Torrent, 2007) در تحقیقی تحت عنوان "استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، به عنوان مؤلفه‌ای برای موفقیت نوآوری" که در کشور اسپانیا بر روی کارکنان انجام شد، نشان دادند که رابطه مثبتی بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و بهبود فرآیندهای مرتبط با نوآوری در سازمان برقرار است. همچنین تحقیقات آنها نشان داد، سازمان‌هایی که از فناوری اطلاعات و ارتباطات مناسب استفاده می‌کنند، از ارتباطات داخلی و خارجی مناسبی بهره‌مند بوده و فعالیت‌های گروهی و فرآیندهای نوآوری در آنها به شکل کارآفرینانه‌ای در جریان است. وانگ و زانگ (Wang & Zang, 2005) در تحقیقی بر روی ۱۶۲ نفر از پرسنل دولتی یک سازمان در چین، به این نتیجه رسیدند که برای اعمال مدیریت منابع انسانی استراتژیک در یک سازمان، مؤلفه‌های عملکردهای نوآورانه، انجام کامل وظایف توسط کارکنان، اثربخشی فعالیت‌های سازمانی و رضایت شغلی کارکنان جز عوامل

بیگی و همکاران، ۱۳۸۸). بایود (Bayode, 1996) فناوری اطلاعات و ارتباطات را در قالب فرآیندهای اکتساب، پردازش، ذخیره‌سازی و توزیع اطلاعات به وسیله ابزارهای رایانه‌ای و سایر تجهیزات ارتباط از راه دور تعریف کرده است. امروزه اهمیت نیاز سازمان‌ها به توسعه فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی کارآمد و پاسخگو به همراه داشتن زیرساخت‌های لازم برای آن در جهت پشتیبانی از برنامه‌ریزی و نظارت در سازمان، به طور فزاینده‌ای مورد تأکید واقع شده است (Hillebrand & Biemans, 2004). به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران، خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات به واسطه خلق منابع اطلاعاتی حیاتی برای سازمان از ارزشمندی خاصی برای سازمان‌های امروزی در زمینه مدیریت فرآیندهای مرتبط با نوآوری برخوردار هستند (Kemelogor, 2002). یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۸۸)، در تحقیقی به بررسی میزان کارآفرینی و نیز شناسایی و تحلیل نقش عوامل سازمانی و مدیریتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی کشور پرداختند و نشان دادند که شرایط سازمانی و مدیریتی ادارات ترویج، تسهیل‌کننده کارآفرینی سازمانی نمی‌باشد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که متغیرهای فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی، بیشترین تاثیر را بر توسعه کارآفرینی سازمانی داشته و توانایی تبیین ۵۱/۴ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی سازمانی را دارند. علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقی به نقش مؤلفه‌های فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین مؤلفه‌های ارتباطات سازمانی و میزان بکارگیری ICT رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. نتایج تحلیل مسیر نشان داد که از بین هشت مؤلفه ارتباطی و اطلاعاتی، سه متغیر محتوای مناسب منتقل شده به کارکنان توسط ICT سازمان، وجود راهبردهایی برای خلق پایگاه‌های داده مرتبط با حوزه فعالیت سازمان و حمایت مدیریت سازمان از حضور فناوری‌های پیشرفته در سازمان، به ترتیب بیشترین اثرات علی را بر توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج داشته‌اند. هیل براند و بایمنز (Hillebrand & Biemans, 2004) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که اطلاعات مناسب و به هنگام، یک مؤلفه کلیدی در عملکرد نوآورانه سازمان است. شرواستاوا و شاو (Shirvastava & Shaw, 2004) در تحقیقی در کشور چین به این نتیجه رسیدند که بین توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، مدیریت بهینه منابع انسانی و کارآفرینی رابطه مثبتی برقرار است. شرر و همکاران (Sherer, et al, 2003) از فناوری اطلاعات به عنوان یکی از عوامل تغییر سازمانی به سوی کارآفرینی نام برده و حمایت مدیریت سازمان از فناوری‌های اطلاعاتی، توانمندی و رضایت شغلی کارکنان و عرضه اطلاعات به هنگام را در این رابطه مورد توجه قرار داده‌اند. تحقیقات تاتی کندا و استاک (Tatikonada & Stock, 2003)، نشان داد که سازمان‌هایی که از فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات بهره‌مند بوده‌اند در امور بازاریابی و بهبود فعالیت‌های کارآفرینی خود در سطح موفقیت بالاتری قرار داشته‌اند. تاشی و لائو (Tsui & Lau, 2002) در تحقیقی در سازمان‌های دولتی چین به این نتیجه رسیدند که بین توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی با بهسازی سازمان و تشویق کارکنان در رابطه با کارآفرینی، رابطه مثبتی برقرار است. جوردی ویلاسکا و تورنت (Jordi Vilaseca & Torrent, 2007) در تحقیقی تحت عنوان "استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، به عنوان مؤلفه‌ای برای موفقیت نوآوری" که در کشور اسپانیا بر روی کارکنان انجام شد، نشان دادند که رابطه مثبتی بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و بهبود فرآیندهای مرتبط با نوآوری در سازمان برقرار است. همچنین تحقیقات آنها نشان داد، سازمان‌هایی که از فناوری اطلاعات و ارتباطات مناسب استفاده می‌کنند، از ارتباطات داخلی و خارجی مناسبی بهره‌مند بوده و فعالیت‌های گروهی و فرآیندهای نوآوری در آنها به شکل کارآفرینانه‌ای در جریان است. وانگ و زانگ (Wang & Zang, 2005) در تحقیقی بر روی ۱۶۲ نفر از پرسنل دولتی یک سازمان در چین، به این نتیجه رسیدند که برای اعمال مدیریت منابع انسانی استراتژیک در یک سازمان، مؤلفه‌های عملکردهای نوآورانه، انجام کامل وظایف توسط کارکنان، اثربخشی فعالیت‌های سازمانی و رضایت شغلی کارکنان جز عوامل

است و حمایت مدیریت ترویج از فناوری‌های اطلاعاتی و عرضه اطلاعات به هنگام، در جهت دستیابی به کارآفرینی سازمانی باید مورد توجه ویژه قرار گیرد که این امر خود منجر به توانمندی و رضایت شغلی کارکنان نیز می‌گردد. بنابراین، نظر به اهمیت موضوع، و از آنجایی که نظام‌های عملیاتی سازمان توسط انسان‌ها به اجرا در می‌آیند و مهمترین سرمایه سازمان محسوب می‌شوند و از طرف دیگر به دلیل افزایش روزافزون اهمیت اطلاعات برای تصمیم‌گیری در یک سازمان و تغییر سازمان به سمت کارآفرینی، پژوهش حاضر با هدف کلی شناسایی نقش مؤلفه اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای در کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه به اجرا درآمد. اهداف اختصاصی این تحقیق عبارت بودند از:

- ۱- بررسی وضعیت کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج استان کرمانشاه
 - ۲- بررسی متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای مؤثر بر کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج استان کرمانشاه.
- با توجه به مطالعات پیشین، می‌توان چارچوب زیر را به عنوان چارچوب نظری تحقیق ارائه نمود (نگاره ۱).

ضروری هستند. ویلیامز و ویلیامز (Williams & Williams, 2007)، در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که وجود فناوری اطلاعات و ارتباطات کارآمد در سازمان باعث درک بهتر کارکنان از موقعیت‌های محیط پیرامون می‌شود و تغییرات برنامه‌ریزی شده در سازمان را تسهیل می‌کند. علاوه بر این، هنین و کورولا (Henionen & Korvela, 2003) در تحقیق خود به دو بعد اساسی در کارآفرینی سازمانی شامل تعهد سازمان به نوآوری و نوسازی استراتژیک در سازمان تأکید نموده‌اند. در این تحقیق متغیرهایی نظیر ساختار سازمانی و مهارت‌ها و نگرش‌های فردی به عنوان عناصر پدیدآورنده کارآفرینی در یک سازمان و متغیر رضایت شغلی کارکنان و اثربخشی فعالیت‌های سازمانی به عنوان پیامد و نتایج کارآفرینی سازمانی در درون سازمان معرفی شده است. همچنین در الگوی ارائه شده توسط یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۸۸) متغیرهای خلاقیت و نوآوری در روش‌ها و برنامه‌ها، رضایت شغلی کارکنان، اثربخشی فعالیت‌های سازمانی و رضایت تأمین نیازهای ارباب رجوع، به عنوان شاخص‌های کارآفرینی سازمانی معرفی شده‌اند. در مجموع می‌توان گفت فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یکی از عوامل تغییر سازمانی به سوی کارآفرینی



نگاره ۱- چارچوب نظری کارآفرینی سازمانی و مؤلفه اطلاعاتی ارتباطی توسعه حرفه‌ای مدیریت ترویج

روش پژوهش

این پژوهش، از نوع کاربردی و پیشین پژوهی است که به روش توصیفی - همبستگی و با فن پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل ۴۵۶ نفر از کارگزاران ترویج کشاورزی استان کرمانشاه بود. لازم به ذکر است در این مقاله کلیه کارکنان ترویج کشاورزی اعم از مدیر، کارشناسان، مروجان، کاردان‌ها و سربازان سازندگی، کارگزاران ترویج کشاورزی نامیده شده‌اند. حجم نمونه براساس جدول مورگان به تعداد ۲۱۰ نفر تعیین شد. در این جامعه، واریانس بین متغیرها زیاد، ولی در داخل طبقات کم است، بنابراین با توجه به حجم کلی نمونه و به منظور انتخاب نمونه‌ها، از روش انتساب متناسب براساس تعداد کارگزاران ترویجی شاغل در هر یک از شهرستان‌های استان، اعم از مدیر، کارشناسان، مروجان، کاردان‌ها و سربازان سازندگی و روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده گردید.

ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، پرسشنامه‌ای مشتمل بر سه بخش بود که شامل: ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کارکنان و مؤلفه اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای (که با سه متغیر: به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای کارکنان، بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان و مهارت‌های ارتباطی کارکنان جمعاً توسط ۲۰ گویه در قالب طیف پنج قسمتی لیکرت سنجیده شده) است که متغیرهای مستقل تحقیق را تشکیل می‌دادند. اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی نیز با سه شاخص خلاقیت و نوآوری در روش‌ها و برنامه‌ها، رضایت شغلی کارکنان و بهبود اثربخشی فعالیت‌های سازمانی که متغیر وابسته تحقیق را تشکیل می‌دادند، انجام شده است که هر یک از متغیرها توسط گویه‌هایی در قالب طیف پنج قسمتی لیکرت سنجیده شده‌اند (جدول ۱). اساس طراحی پرسشنامه مذکور، متغیرهای استخراج شده از پیشینه‌نگاشته‌ها و ادبیات نظری تحقیق بود. اعتبار پرسشنامه با استفاده از نظرات برخی از متخصصان دانشگاه‌های کشاورزی و منابع طبیعی رامین و تهران تأیید گردید. پایایی پرسشنامه از طریق انجام مطالعه راهنما در بخش ستادی مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه

مورد سنجش قرار گرفت. بر این اساس، میزان ضریب آلفای کرونباخ برای کارآفرینی سازمانی و عامل اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای به ترتیب ۰/۸۷ و ۰/۹۰ محاسبه شد که بیانگر مناسب بودن ابزار پژوهش بود. به منظور تحلیل داده‌ها و دستیابی به اهداف تحقیق از روش‌های آماری توصیفی و آمار استنباطی استفاده شد.

در بخش آمار توصیفی، توزیع فراوانی گویه‌ها و ویژگی‌های پاسخگویان، نظیر فراوانی و درصد، سنجیده شد و همچنین وضعیت کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه و وضعیت مؤلفه اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای کارگزاران ترویج استان مورد بررسی قرار گرفت و در بخش استنباطی نیز از مقایسه میانگین‌ها، تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها در محیط نرم افزار SPSS نسخه ۱۵ انجام شد.

نتایج و بحث

مشخصات فردی و حرفه‌ای پاسخگویان

همان گونه که در جدول ۱ نشان داده شده است، از مجموع ۲۱۰ پاسخگوی مورد بررسی، ۱۸۳ نفر مرد و ۲۷ نفر زن بودند که علت آن، بیشتر بودن تعداد کارگزاران ترویج مرد نسبت به زن در این استان می‌باشد. علاوه بر این، براساس یافته‌های پژوهش، بیشترین تعداد پاسخگویان (حدود ۴۷/۱ درصد) مربوط به گروه سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال است که این امر خود نشان دهنده جوان بودن بیشتر کارگزاران ترویج کشاورزی استان است. همچنین بیش از ۵۰ درصد پاسخگویان (۵۴/۸ درصد) تحصیلات تا سطح کارشناسی داشتند. رشته‌های تحصیلی آنان نیز طیف بسیار وسیعی از رشته‌های مختلف تحصیلی را تشکیل می‌داد که به سه دسته کلی (ترویج و آموزش کشاورزی (۱۴/۳ درصد)، دیگر رشته‌های کشاورزی (۷۱/۰ درصد) و غیر کشاورزی (۱۴/۸ درصد) طبقه‌بندی شدند. همان طور که ملاحظه می‌شود بیشتر کارگزاران ترویج استان در رشته‌هایی غیر از ترویج و آموزش کشاورزی تحصیل داشته‌اند. پست سازمانی پاسخگویان نیز به چهار دسته کلی (مدیران و مسؤولان مراکز ترویج و خدمات،

می‌باشد. بیش از ۶۰ درصد کارکنان نیز در آموزش‌های کارآفرینی ضمن خدمت شرکت داشته‌اند. ۵۸/۱ درصد از کارکنان سازمان از رایانه و فقط ۱۹/۵ درصد از آنان از اینترنت در انجام امور شغلی خود استفاده می‌کنند که این امر می‌تواند بیانگر کاربرد کم فناوری اطلاعات (رایانه و اینترنت) در رده‌ها و سطوح مختلف سازمانی، در مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه باشد.

کارشناس‌ها، کاردان‌ها و سربازان سازندگی) طبقه‌بندی شدند. براساس یافته‌های پژوهش، کارگزاران ترویج از لحاظ وضعیت استخدامی ۳۱/۴ درصد رسمی، ۳۰ درصد به صورت قراردادی یا پیمانی، ۳۸/۶ درصد به صورت طرح سربازی بودند. میانگین سابقه خدمت در بخش ترویج کشاورزی استان کمتر از ۱۰ سال است که بیانگر فراوانی بالای کارگزاران ترویج کشاورزی تازه‌کار در استان

جدول ۱- وضعیت کارآفرینی سازمانی از دیدگاه کارکنان سازمان ترویج کشاورزی استان کرمانشاه

متغیرها	گویه‌های سنجش شده	n	میانگین *	انحراف معیار
بهبود اثربخشی فعالیت‌های سازمان	ارزیابی نیازهای شغلی در شروع کار سازمان شما چقدر اهمیت دارد؟	۲۰۹	۴/۱۰	۰/۹۸۳
	شرکت کارکنان در تصمیمات بودجه‌بندی مرکز چقدر اهمیت دارد؟	۲۰۹	۳/۷۵	۱/۲۰۴
	شرکت کارکنان در انتخاب مربیان آموزشی سازمان چقدر مهم می‌باشد؟	۲۰۶	۳/۹۸	۰/۹۵۰
	شرکت کارکنان در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های شغلی سازمان چقدر مهم می‌باشد؟	۲۰۸	۴/۱۸	۰/۸۱۸
رضایت شغلی کارکنان	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود اعتماد به نفس دارید؟	۲۰۸	۴/۶۰	۰/۶۵۲
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود احساس مسؤلیت و رضایت دارید؟	۲۰۹	۴/۶۱	۰/۶۳۵
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود در زمینه دوره‌های آموزشی - ترویجی تجربه دارید؟	۲۰۹	۴/۴۵	۰/۶۷۸
	تا چه حدی توانایی مشکل‌یابی و تشخیص صحیح تنگناهای شغلی خود را دارید؟	۲۰۷	۳/۹۶	۰/۹۸۹
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود آزادی و استقلال عمل دارید؟	۲۰۹	۴/۱۷	۰/۹۰۴
	تا چه حدی در حل مشکلات کاری و اخذ تصمیمات مؤثر توانایی دارید؟	۲۰۸	۴/۳۰	۰/۷۹۱
	تا چه حد در تجزیه و تحلیل وظایف شغلی خود توانایی دارید؟	۲۰۸	۴/۲۲	۰/۷۸۰
بناقص‌های کارآفرینی سازمانی	تغییرات و نوآوری‌ها در سازمان تا چه اندازه در برنامه‌های کاری شما نیز لحاظ گردیده؟	۲۱۰	۳/۸۱	۱/۱۶۶
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود ریسک‌پذیر هستید؟	۲۰۸	۳/۷۰	۰/۹۷۳
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود شوق و انگیزه پیشرفت دارید؟	۲۱۰	۴/۲۷	۰/۹۲۲
	تا چه اندازه از راه‌های خلاق در انجام امور شغلی خود استفاده می‌کنید؟	۲۱۰	۳/۹۶	۰/۹۸۲
	داشتن تفکر انتقادی در مواجهه با مسائل مختلف چقدر حائز اهمیت می‌باشد؟	۲۰۵	۳/۷۸	۱/۱۰۵
	داشتن روحیه گذشت و فداکاری در فعالیت‌های گروهی چقدر مهم می‌باشد؟	۲۰۷	۴/۰۳	۱/۰۹۲
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود توانایی سازگاری با محیط‌های جدید را دارید؟	۲۰۶	۴/۰۲	۰/۹۵۷
	تا چه اندازه در انجام امور شغلی خود از روش‌های جدید و نوآورانه استفاده می‌کنید؟	۲۰۷	۴/۰۳	۰/۹۳۹
	توجه به روحیه کنجکاوی و پرسش‌گری در انجام امور شغلی چقدر مهم می‌باشد؟	۲۰۹	۳/۸۹	۰/۹۵۵

* دامنه میانگین می‌تواند بین ۰ تا ۵ متغیر باشد.

وضعیت کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه

براساس یافته‌های مندرج در جدول ۲، شرکت کارکنان در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های شغلی سازمان و ارزیابی نیازهای شغلی در شروع کار کارکنان، یکی از اقدامات مؤثر و مهم مدیریت ترویج کشاورزی استان در جهت بهبود

اثربخشی فعالیت‌های سازمانی می‌باشد که در مقیاس بالایی ارزیابی شده است و مشارکت آنان در انتخاب مربیان آموزشی سازمان و شرکت در تصمیمات بودجه‌بندی، مرکز را در جهت رسیدن به توسعه کارآفرینی در حد بالاتر از متوسط ارزیابی کرده است (جدول ۲).

جدول ۲- خلاصه آمار توصیفی متغیرهای مورد بررسی

متغیرها	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
جنسیت	زن	۲۷	۸۷/۱
	مرد	۱۸۳	۱۲/۹
سن (سال)	جوان (۲۰-۳۰)	۹۹	۴۷/۱
	میان‌سال (۳۱-۴۰)	۴۶	۲۱/۹
	مسن (بیشتر از ۴۰)	۶۵	۳۱/۰
تحصیلات	دیپلم	۲۰	۹/۵
	کاردانی	۵۹	۲۸/۱
	کارشناسی	۱۱۵	۵۴/۸
	کارشناسی‌ارشد و بالاتر	۱۶	۷/۶
رشته تحصیلی	ترویج و آموزش کشاورزی	۳۰	۱۴/۳
	سایر رشته‌های کشاورزی	۱۴۹	۷۱
	رشته‌های غیر کشاورزی	۳۱	۱۴/۷
سابقه خدمت (سال)	کمتر از ۱۰	۱۵۶	۷۴/۳
	۱۰ تا ۲۰	۲۹	۱۳/۸
	بیشتر از ۲۰	۲۵	۱۱/۹
پست سازمانی	مدیران	۲۸	۱۳/۳
	کارشناس‌ها	۸۵	۴۰/۵
	کاردان‌ها	۳۲	۱۵/۲
	سربازان سازندگی	۶۵	۳۱
وضعیت استخدامی	رسمی قطعی	۶۶	۳۱/۴
	پیمانی (قراردادی)	۶۳	۳۰
	طرح سربازان سازندگی	۸۱	۳۸/۶
شرکت در آموزش‌های کارآفرینی ضمن خدمت	بلی	۱۳۳	۶۳/۳
	خیر	۷۷	۳۶/۷
استفاده از رایانه در انجام امور شغلی	بلی	۱۲۲	۵۸/۱
	خیر	۸۸	۴۱/۹
استفاده از اینترنت در انجام امور شغلی	بلی	۴۱	۱۹/۵
	خیر	۱۶۹	۸۰/۵

متغیرهای مستقل با متغیرهای مورد استفاده در سنجش میزان کارآفرینی سازمانی در جدول ۳ آمده است. وجود همبستگی متوسط بین متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی با کارآفرینی سازمانی بویژه متغیر بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات با شاخص‌های کارآفرینی سازمانی در این تحقیق نشان می‌دهد که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی از قابلیت بسیار بالایی برای توسعه کارآفرینی سازمانی برخوردار هستند و با فعالیت‌های نوآورانه رابطه مثبت و معنی‌داری دارند. بنابراین استفاده بهینه و بهره‌گیری مناسب از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در مدیریت ترویج موجب به روز شدن اطلاعات و نحوه انجام فعالیت‌های سازمانی شده و استفاده از پدیده‌های جدید در ساختار بخش مدیریت ترویج استان را تسهیل نموده و در طی بهره‌گیری از این اطلاعات الگوهای مناسبی را که با اهداف و فعالیت‌های سازمان جهاد کشاورزی هماهنگی دارد انتخاب و به کار برده می‌شود. این نتایج با یافته‌های تحقیقات علم‌بیگی و همکاران (۱۳۸۸)، جوردی ویلاسکا و تورنتو (Jordi Vilaseca & Torrent, 2007)، وانگ و زانگ (Wang & Zang, 2005)، ویلیامز و ویلیامز (Williams & Williams, 2007)، شرواستاوا و شاو (Shirvastava & Shaw, 2004)، تاتی کنندا و استاک (Tatikonada & Stock, 2003)، تاشی و لائو (Tsui & Lau, 2002) و هیل براند و بایمنز (Hillebrand & Biemans, 2004)، مطابقت دارد که نشان دادند وجود فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی با فعالیت‌های نوآورانه رابطه مثبت و معنی‌داری دارند.

تحلیل رگرسیون بین متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای با کارآفرینی سازمانی

در تحلیل رگرسیون، متغیر میزان کارآفرینی سازمانی به عنوان متغیر وابسته و متغیرهای به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای کارکنان، بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، و مهارت‌های ارتباطی کارکنان به عنوان متغیرهای مستقل به شیوه گام به گام وارد تحلیل شدند. همانطور که از جداول ۴ و ۵ بر می‌آید تحلیل رگرسیون تا سه مرحله پیش رفته است.

یکی دیگر از نتایج کارآفرینی سازمانی، رضایتمندی کارکنان از توانمندی شغلی خود می‌باشد. نتایج حاصله نیز نشان داد که از دیدگاه کارکنان سازمان، داشتن احساس مسؤولیت و رضایت از شغل در انجام امور شغلی و نیز اعتماد به نفس در انجام امور شغلی و تجربه در زمینه دوره‌های آموزشی در احساس رضایت آنها از شغل و توانمندی حرفه‌ای خود، حائز اهمیت بالایی ارزیابی شده است و نیز توانایی در حل مشکلات کاری و اخذ تصمیمات مؤثر و توانایی در تجزیه و تحلیل وظایف شغلی و توانایی مشکل‌یابی و تشخیص صحیح تنگناهای شغلی نیز به نوبه خود در حد بالایی ارزیابی شده است و آزادی و استقلال عمل در انجام امور شغلی در میزان رضایت شغلی کارکنان در حد بالایی ارزیابی شده است (جدول ۲).

نتایج حاصل از سنجش شاخص خلاقیت و نوآوری در برنامه‌ها و روش‌های سازمان نیز بیانگر آن است که خلاقیت و نوآوری و تمایل به تغییرپذیری در بین کارگزاران ترویج سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه در حد قابل قبول و بالایی می‌باشد.

در حالی که از دیدگاه کارکنان، داشتن شوق و انگیزه پیشرفت در حین انجام امور شغلی، استفاده از روش‌های جدید و نوآورانه در انجام امور شغلی، داشتن روحیه گذشت و فداکاری در فعالیت‌های گروهی و داشتن توانایی سازگاری با محیط‌های جدید در انجام امور شغلی در حد بالایی ارزیابی شده، استفاده از راه‌های خلاق در انجام امور شغلی، توجه به روحیه کنجکاوی و پرسش‌گری در انجام امور شغلی، وجود تغییرات و نوآوری‌ها در سازمان، داشتن تفکر انتقادی در مواجهه با مسائل مختلف و داشتن توانایی ریسک‌پذیری در انجام امور شغلی، در حد متوسط ارزیابی شده است (جدول ۲).

همبستگی بین متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای با کارآفرینی سازمانی

بررسی مقادیر ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین تمامی متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای با کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. ماتریس همبستگی بین

جدول ۳- نتایج تحلیل همبستگی بین متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای با کارآفرینی سازمانی

مهارت‌های ارتباطی کارکنان		بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات		به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای		شاخص‌های سنجش کارآفرینی سازمانی	
۰/۶۳۱	۰/۷۲۶	۰/۶۹۴	r				خلاقیت و نوآوری در روش‌ها و برنامه‌ها
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	P				
۰/۵۴۴	۰/۵۶۱	۰/۵۲۰	r				رضایت شغلی کارکنان
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	P				
۰/۴۶۷	۰/۴۲۰	۰/۳۶۲	r				بهبود اثربخشی فعالیت‌های سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	P				
۰/۶۴۶	۰/۶۹۱	۰/۶۴۵	r				توسعه کارآفرینی سازمانی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	P				

فناوری اطلاعات به عنوان یکی از عوامل تغییر سازمانی به سوی کارآفرینی نامبرده و حمایت مدیریت سازمان از فناوری‌های اطلاعاتی، توانمندی و رضایت شغلی کارکنان و عرضه اطلاعات به هنگام را در این رابطه مورد توجه قرار داده‌اند تا حدود زیادی مطابقت دارد. بنابراین می‌توان ادعا داشت که بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی در فعالیت‌های تحقیق و توسعه‌ای، آموزش فنون و تکنیک‌های خلاقیت به کارکنان از جمله اقداماتی است که می‌تواند زمینه مناسب برای توسعه بستر کارآفرینی در بخش مدیریت ترویج استان را فراهم آورد.

مطابق جدول ۵، در بین متغیرهای مستقل وارد شده به معادله رگرسیون، سهم متغیر بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر از سایر متغیرهای مستقل می‌باشد. این نتایج با یافته‌های تحقیق یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۸۸) که نشان دادند متغیرهای درون سازمانی همچون فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی تأثیر زیادی بر توسعه کارآفرینی سازمانی دارند و مطالعات شرر و همکاران (Sherer, et al, 2003) که از فناوری اطلاعات به عنوان یکی از عوامل تغییر سازمانی به سوی کارآفرینی نامبرده و حمایت مدیریت سازمان از فناوری‌های اطلاعاتی، توانمندی و رضایت شغلی کارکنان و عرضه اطلاعات به هنگام را در این رابطه مورد توجه قرار داده‌اند تا حدود زیادی مطابقت دارد.

با استفاده از جدول (۴) می‌توان بیان داشت که براساس ضریب تعیین تعدیل شده، ۵۵ درصد تغییرات متغیر وابسته (کارآفرینی سازمانی) بوسیله سه متغیر به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای کارکنان، بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و مهارت‌های ارتباطی کارکنان تبیین شده و پس از سه گام متوالی، هر سه متغیر در معادله رگرسیون باقی ماندند که مقدار آماره F برابر با ۸۶/۴۷۹ در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار شد که حاکی از معنی‌دار بودن رگرسیون می‌باشد. این وضعیت نشان می‌دهد که هر سه متغیر تأثیرات زیادی را بر توسعه کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج استان کرمانشاه دارند. جدول (۵) نیز بیانگر آن است که متغیرهای مستقل در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار می‌باشند. با مقایسه ضرایب استاندارد بتا می‌توان به اهمیت و نقش هر یک از متغیرهای مستقل در پیشگویی متغیر وابسته پی برد. در این معادله، ضرایب بتا نشان دادند که در بین متغیرهای مستقل وارد شده به معادله رگرسیون، سهم متغیر بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر از سایر متغیرهای مستقل می‌باشد. این نتایج با یافته‌های تحقیق یعقوبی فرانی و همکاران (۱۳۸۸) که نشان دادند متغیرهای درون سازمانی همچون فرهنگ سازمانی و ساختار سازمانی تأثیرات زیادی بر توسعه کارآفرینی سازمانی دارند و مطالعات شرر و همکاران (Sherer, et al, 2003) که از

جدول ۴- ضرایب متغیرهای مستقل در تبیین واریانس متغیر میزان کارآفرینی سازمانی

متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی چندگانه (R)	ضریب تعیین (R ²)	ضریب تعیین تعدیل شده (R ² Adj)
بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۶۹۱	۰/۴۷۷	۰/۴۷۵
به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای	۰/۷۲۹	۰/۵۳۱	۰/۵۲۷
مهارت‌های ارتباطی کارکنان	۰/۷۴۷	۰/۵۵۷	۰/۵۵۱

جدول ۵- متغیرهای مؤثر بر میزان کارآفرینی سازمانی براساس نتایج تحلیل رگرسیون به شیوه گام به گام

متغیرهای مستقل	B	Std. Error	Beta	t	P
مقدار ثابت	۳۴/۱۶۸	۳/۰۷۲	-	۱۱/۱۲۲	۰/۰۰۰
بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰/۴۵۰	۰/۱۰۸	۰/۳۲۱	۴/۱۷۸	۰/۰۰۰
به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای	۱/۱۰۷	۰/۲۶۰	۰/۲۷۷	۴/۲۵۶	۰/۰۰۰
مهارت‌های ارتباطی کارکنان	۰/۶۲۱	۰/۱۷۹	۰/۲۴۳	۳/۴۷۴	۰/۰۰۰

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این مقاله، به اندازه‌گیری کارآفرینی سازمانی با استفاده از تحلیل نقش مؤلفه اطلاعاتی- ارتباطی توسعه حرفه‌ای در مدیریت ترویج کشاورزی استان کرمانشاه پرداخته شد. براساس یافته‌های تحقیق، وضعیت کارآفرینی سازمانی در مدیریت ترویج کشاورزی استان بالاتر از حد متوسط ارزیابی شده است.

نتایج حاصله نیز نشان داد که از دیدگاه کارکنان سازمان، داشتن احساس مسؤولیت و رضایت از شغل و نیز اعتماد به نفس در انجام امور شغلی و دارا بودن تجربه در زمینه دوره‌های آموزشی در داشتن احساس رضایت آنها از شغل و توانمندی حرفه‌ای خود، ارزیابی نیازهای شغلی در شروع کار، شوق و انگیزه پیشرفت و استفاده از روش‌های جدید و نوآورانه در انجام امور شغلی، داشتن روحیه گذشت و فداکاری در فعالیت‌های گروهی و داشتن توانایی سازگاری با محیط‌های جدید در انجام امور شغلی در حد اهمیت بالایی ارزیابی شده است. همچنین همبستگی زیادی بین متغیرهای اطلاعاتی - ارتباطی توسعه حرفه‌ای با کارآفرینی سازمانی وجود دارد که نشان دهنده اهمیت و نقش برجسته متغیرهای اطلاعاتی- ارتباطی توسعه حرفه‌ای در کارآفرینی سازمانی است. نتایج تحلیل

رگرسیون نیز نشان داد که متغیرهای بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، به روز بودن اطلاعات تخصصی، حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی کارکنان، تأثیرات زیادی بر توسعه کارآفرینی سازمانی داشته و توانایی تبیین ۵۵/۱ درصد از تغییرات متغیر میزان کارآفرینی سازمانی را دارند. براساس نتایج تحقیق می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه داد:

❖ افزایش مهارت‌های ارتباطی کارکنان که خود زمینه‌های لازم برای کار گروهی و تیمی در سازمان را فراهم می‌آورد و می‌تواند بسترهای توسعه کارآفرینی سازمانی را در مدیریت ترویج کشاورزی استان افزایش دهد. همکاری گروهی یکی از مؤلفه‌های بنیادین استقرار یک سازمان کارآفرین است. بسیاری از کارآفرینان توانایی بالایی دارند. آنان می‌توانند انگیزه تیم را به شدت قوی نموده تا به خوبی رشد نمایند و افراد تیم بتوانند افکار خود را توسعه دهند. بنابراین، فعالیت‌های دسته جمعی نقاط ضعف موجود در جریان کار بخش مدیریت ترویج استان را آشکارتر می‌سازد و نسبت به رفع آنها از طریق ارتباط بیشتر بین مراکز تحقیق و ترویج، ارتباط بیشتر با دانشگاه‌ها و مراکز علمی، تعامل بیشتر با دیگر بخش‌های ترویج کشور، تعامل بیشتر با بازارکار و مبادله تجارب شغلی می‌توان بهره جست و این امری است که کارگزاران

❖ از آنجایی که در این پژوهش متغیر بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان مهمترین متغیر در توسعه کارآفرینی سازمانی شناسایی شد، پیشنهاد می‌گردد که نظام‌های اطلاعاتی سازمان ترویج استان و شیوه‌های مدیریتی آن مورد بازنگری واقع شده و نیازهای اطلاعاتی هریک از سطوح سازمانی شناسایی و با توجه به نیاز واقعی هر بخش برای انجام وظایف محوله کارکنان تأمین گردد. امور اجرایی از طریق رایانه‌ای شدن خدمات اداری تسهیل گردد، فعالیت‌ها و برنامه‌های ترویجی در هر یک از ادارات ترویج استان مستندسازی شود، از طریق نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای فیلم‌های کوتاه ویدئویی تهیه گردد و امور مربوط به تهیه فیلم و عکس در انجام فعالیت‌های ترویجی تدوین شود. تهیه و ارائه نشریات و مجلات ترویجی مورد نیاز در سطح محلی، یافتن اطلاعات عمومی و تخصصی از اینترنت، استفاده از پست الکترونیکی (E-mail) برای بهبود ارتباط با محققان کشاورزی نیز می‌تواند زمینه‌های بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان ترویج استان بهبود دهد. از طرفی بکارگیری و استفاده از نظرات و پیشنهادها کارکنان ترویج موجبات دلگرمی آنان را فراهم نموده و جریان تولید فکر و ایده را در بخش مدیریت نیرومند می‌سازد. در این زمینه توصیه‌های زیر ارائه می‌شود: ۱- استقرار یک سیستم پیشنهادها و انتقادات در بخش ترویج، ۲- استقرار یک سیستم ارائه راه کارهای جدید، ۳- استقبال از طرح ایده‌های نو و جدید، ۴- گسترش ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه در بخش مدیریت ترویج، ۵- تشکیل تیم‌های نوآوری و گروه‌های کاری برای پی‌گیری ایده‌های جدید، ۶- حمایت از نوآوران و صاحبان فکر و اندیشه در بخش مدیریت ترویج.

ترویج استان نیز به آن اذعان داشتند. در این زمینه تشکیل تیم‌های چند منظوره در بخش مدیریت ترویج استان پیشنهاد می‌گردد.

❖ به روز بودن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای کارکنان از طریق به روز کردن مهارت‌های آموزشی و اطلاعات حرفه‌ای کارکنان، برنامه‌های برنامه‌ریزی آموزشی کارکنان، به روز کردن تجارب تحقیق و پژوهش کارکنان از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی ضمن خدمت مؤثر و کارا که همراه با معرفی تکنولوژی‌های مدرن و آگاه‌سازی آنان نسبت به توسعه مهارت‌ها و شایستگی‌های کارکنان بواسطه استفاده منظم از ICT و به ویژه در زمینه پایگاه‌های اطلاعاتی، نرم‌افزارهای تحلیلی و چندرسانه‌ای، انگیزه کارکنان در بکارگیری این فناوری‌ها در سازمان ترویج استان به منظور دست یافتن به توسعه کارآفرینی سازمانی ارتقاء یابد و موجب افزایش خلاقیت آموزشگران و کارگزاران ترویج کشاورزی استان در جهت افزایش توانمندی فردی آنان گردد. علاوه بر این، استقرار یک سیستم پاداش و تشویق مناسب در بخش مدیریت ترویج استان، از عوامل مؤثر در کارآفرین نمودن سازمان بوده و ضمن افزایش اثربخشی، ریسک‌پذیری، نوآوری، کار تیمی و رفتارهای کارآفرینانه را تقویت می‌نماید. این سیستم پاداش باید هدفمند بوده و دارای بازخورد و معیارهای صحیح باشد و زمینه‌های ایجاد انگیزه در کارکنان را برای تلاش بیشتر مهیا سازد و ارزیابی‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت کارکنان ترویج را مورد توجه قرار دهد. از طرفی ضروری است که پاداش‌های معنوی نیز برای ارضای نیازهای روانی اعضای سازمان همچون احساس احترام، احساس آزادی و استقلال عمل، احساس لیاقت و شایستگی و احساس پیشرفت در کنار پاداش‌های مادی مورد توجه ویژه قرار گیرد.

منابع مورد استفاده

اکبری، م، اسدی، ع، موسوی، س، و سوختانلو، م. (۱۳۸۸). بررسی نگرش کارشناسان و مدیران جهاد کشاورزی استان زنجان نسبت به طرح مهندسين ناظر گندم: با تأکید بر مسائل و مشکلات. *علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران*. جلد پنجم، شماره یکم. ص ۶۱-۷۱.

- سوانسون، ب. ی.، بنتز، ر. پ.، و سافرانکو، ا. ج. (۱۳۸۱). بهبود ترویج کشاورزی، کتاب مرجع. مترجمان: غلامحسین صالح‌نسب، غ.، موحدی، ر.، و کرمی‌دهکردی، ا. تهران: انتشارات خوشبین.
- شعبانعلی‌فمی، ح. (۱۳۸۵). اصول ترویج و آموزش کشاورزی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- علم بیگی، ا.، ملک محمدی، ا.، و مقیمی، س. م. (۱۳۸۸). تحلیل مسیر اثرات مؤلفه‌های فناوری ارتباطی و اطلاعاتی در توسعه کارآفرینی سازمانی در سازمان ترویج کشاورزی ایران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره چهارم، شماره دوم، ص ۱۱۲-۱۰۳.
- مقدسی، ع. (۱۳۸۸). امکان‌سنجی پیاده‌سازی کارآفرینی سازمانی در شرکت تولیدی - صنعتی سهاطب. مجله مدیریت، دوره پنجم، شماره شانزدهم. ص ۱۷-۱.
- میرزایی، ر. صدیقی، ح.، و فلسفی، پ. (۱۳۸۶). ارزیابی نظام ترویج کشاورزی ایران. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. جلد سوم، شماره دوم، ص ۶۷-۵۷.
- یعقوبی‌فرانی، ا.، ملک محمدی، ا.، و حجازی، ی.، حسینی، س. م. (۱۳۸۸). نقش عوامل مدیریتی - سازمانی در توسعه کارآفرینی در سازمان ترویج کشاورزی ایران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره چهارم، شماره دوم، ص ۵۲-۳۷.
- Bayode, D. D. (1996). Information technology and library development in Kwara State. Paper presented at the AGM of NLA, Kwara State Chapter, Ibadan, and December 4.
- Henionen, J. (1999). *Towards Customer Orientation and Comprtitiveness*. The Potential of Intrapreneurship in the change Process of a Municipal Service Unit. Publications of the Turku School of Economics and Business Administration Series A-5:1999, p:10.
- Henionen, J., and Korvela, k. (2003). *How about measuring Intrapreneurship*. Small Business Institute. Turku School of Economics and Business Administration. Available at: <http://www.tukk.fi/PKI/>
- Hillebrand, B., and Biemans, W. G. (2004). Links between internal and external cooperation in product development: an exploratory study. *Journal of Innovation Management*, 21: 110-22.
- Jordi Vilaseca, R., Joan Torrent, S., and Ana Isable Jimenez, Z. (2007). *ICT use in marketing as innovation success factor Enhancing cooperation in new product development processes*. Retrieved January 19. 2007: 14-29. Available at: www.emeraldinsight.com.
- Kemelogor, B. H. (2002). A comparative analysis of corporate entrepreneurial orientation between selected firms in the netherland and U.S.A entrepreneurship and regional development. *Organization Science Journal*, 14: 30-45.
- Lyons, D., Lumpkin, G., and Dess, G. (2000). Enhancing entrepreneurial orientation Research: Operational zing and measuring a key strategic decision making process. *Journal of Managemen*. 26(5): 1055-1085.
- Miller, R. (2005). *Revenue generation*, a snapshot of revenue generation policies and practices in cooperative Extension. Manhattan, KS: K-State Research and Extension, pp: 37-61.
- Sherer, S. A., Kohli, R., and Baron, A. (2003). Complementary investment in change management and IT investment payoff. *Information System Frontiers Journal*, 5(3): 321-33.
- Shirvastava, S., and Shaw, J. B. (2004). Liberating HR through technology. *Human Resource Management Journal*, 42 (3): 201-222.
- Tatikonda, M.V., and Stock, G.N. (2003). Product technology transfer in the upstream supply chain. *Journal of Product Innovation Management*, 20: 444-67.
- Tsui, A. and Lau, C. M. (2002). The Management of Enterprises in the Peoples Republic of China, *Kluwer Academic Publishers*, Dordrecht, pp:15-17.
- Van den ban, A. W., and Hawkins, H. S. (2006). *Agricultural Extension*, Mashhad: Ferodoasi University, p: 98.
- Wang, Z., and Zang, Z. (2005). *Strategic human resources, innovation and entrepreneurship fit, a cross-regional comparative model*. Pp. 1-9. Retrieved at: January 20, 2007. Available at: www.emeraldinsight.com.
- Williams, M. D., and Williams. J. (2007). *A change management approaches to evaluating ICT investment initiative*, pp: 30-39. Available at: www.emeraldinsight.com.

The Role of Information-Communicative Component of Professional Development in Organizational Entrepreneurship Development: The Case of Agricultural Extension Office of Kermanshah Province

H. Moradi*, **M. Bijani**, **M. Baradaran**, **H. Shabanali Fami**, and **A. Ajili**¹

(Received: Jul. 31, 2011; Accepted: Jun. 9, 2012)

Abstract

Agricultural extension agency is one of the important organizations in society in which the existence of creative entrepreneurial staff is highly essential for achieving development goals. Therefore, this study was conducted to investigate the entrepreneurship in agricultural extension agency of Kermanshah province and analyze the role of information- communicative component of professional development in organizational entrepreneurship development of this agency. All the agricultural extension agents in Kermanshah province equal to 456 persons formed the population of this study. This research was conducted in descriptive-survey research method. Based on Morgan table, 210 agents were chosen as the sample using classification a stratified random sampling method. Questionnaire was used as a research tool and its face validity was confirmed based on the collective opinion of the university professors and experts of Ramin and Tehran Universities. The reliability of the questionnaire was calculated using Cranach's alpha test for organizational entrepreneurship development and information- communicative component of professional development was 0.87, and 0.90, respectively and this calculation and results indicate that the research tools were chosen correctly, for data analysis, correlation and regression indicated method was used (SPSS15). The research findings showed that there was positive and significant relationship between organizational entrepreneurship development variables and information- communicative component of professional development. Regression analysis also indicated that variables such as application of ICT, up-to-datedness of specialized information and professional and communication skills of staff, have great influence on the development of organizational entrepreneurship and abilities so that have explained 55.1 percent of the variation of organizational entrepreneurship.

Keywords: Organizational Entrepreneurship, Professional Development, Information-Communicative Component, Agricultural Extension Management, Kermanshah province.

1- Ph.D Student of Geography & Rural Planning, Dept of Geography Sciences, Tehran Kharazmi University; Ph.D student, Dept of Agricultural Extension and Education, Shiraz University; Assistant Professor, Ramin Agricultural and Natural Resources University; Associate Professors, College of Agriculture & Natural Resources, University of Tehran, Tehran; Assistant Professor, Ramin Agricultural and Natural Resources University, Iran, respectively.

*- Corresponding Author, E-mail: horiehmoradi@gmail.com